

Opinión Pública

Vincent Price

EX-127
D.G.B. 108-3
OCT 11 1950
50 10 11 30

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
DESARROLLO DE OPINIÓN PÚBLICA S.A.
PROSPECTIVA ESTRATÉGICA A.C.

BIBLIOTECA CENTRAL
U. N. A. B.

HM261
P7518
1992

M-718577

Título original: *Public Opinion*
© Sage Publications, Inc., 1992
2455 Teller Road
Newbury Park, California 91320

Traducción: Jesús Ruiz Flores

D.R. © Universidad de Guadalajara
Dirección de Publicaciones
Calderón de la Barca 280, sector Juárez
C.P. 44260 Guadalajara, Jalisco, México.
Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico
ISBN 968-895-571-X

D.R. © Desarrollo de Opinión Pública S.A.
Melchor Ocampo 282, Col. Santa Catarina
C.P. 04310 Coyoacán D.F.

D.R. © Prospectiva Estratégica A.C.
Risco 211
C.P. 01900 México, D.F.

CONTENIDO

BC- 436701

Prólogo a la edición en inglés	8
Prólogo a la edición en español	10
1. Introducción	15
I. Esbozo del volumen	16
2. Problemas de Opinión Pública	19
I. Orígenes de la idea	20
<i>Anticipaciones y aproximaciones</i>	20
<i>Concepciones iniciales de opinión</i>	21
<i>Concepciones iniciales de lo público</i>	22
II. El nacimiento de la opinión pública	24
<i>Emergencia de una esfera de lo público</i>	25
<i>Ambigüedades en el significado de</i>	
<i>opinión pública</i>	26
<i>La opinión pública y el gobierno de la mayoría</i>	29
III. La opinión pública como objeto de estudio	31
IV. Problemas permanentes de la opinión pública	32
<i>Falta de competencia</i>	34
<i>Falta de recursos</i>	35
<i>La tiranía de la mayoría</i>	37
<i>Susceptibilidad a la persuasión</i>	38
<i>El dominio de las élites</i>	38

3. Conceptualización de lo Público	41
I. Multitud, público y masa	43
<i>La multitud</i>	44
<i>El público</i>	45
<i>La masa</i>	47
II. Problemas y públicos	49
<i>Fases de desarrollo</i>	50
<i>Actores y espectadores</i>	51
<i>Expansión del debate público</i>	52
<i>Después de que se resuelve un problema</i>	53
III. Observación de lo público	54
<i>El público general</i>	56
<i>El público votante</i>	58
<i>El público atento</i>	59
<i>El público activo</i>	61
<i>Públicos tema</i>	63
4. Conceptualización de las Opiniones	69
I. Opiniones y actitudes	71
<i>Las opiniones como expresiones</i>	71
<i>Las opiniones como reflexión</i>	73
<i>Las opiniones como adaptaciones de las actitudes a problemas específicos</i>	74
II. Inferencia de las bases psicológicas de las opiniones	75
<i>Esquema</i>	78
<i>Valores</i>	81
<i>Identificaciones de grupo</i>	82
<i>Formación de opiniones</i>	83
III. Observando opiniones	86
<i>¿Sobre qué trata?</i>	87
<i>¿Cuáles son las opciones?</i>	89

<i>¿Está bien considerada?</i>	90
<i>¿Qué tan bien organizada?</i>	92
<i>¿Con qué firmeza se sostiene?</i>	93
<i>¿Llevará esto a una acción comprometida?</i>	94
<i>¿Cómo se relaciona con las demás personas?</i>	95
5. Conceptualización de los Procesos de Opinión Pública	101
I. Aspectos colectivos e individuales	102
II. La noción de debate público	104
<i>Dinámica de la toma de decisión grupal</i>	104
<i>El debate público en situaciones sociales mayores</i>	107
III. Actores políticos, periodistas y el público atento	109
<i>El público como espectador</i>	110
<i>Los papeles desempeñados por los periodistas</i>	111
IV. Observando la opinión pública	114
<i>Utilización de datos de investigación</i>	116
<i>Utilización del análisis de contenido</i>	119
<i>Utilización de técnicas de investigación menos estructuradas</i>	120
V. Observación del proceso del debate público	122
VI. Conclusión: la opinión pública como concepto de comunicación	124
Referencias	127
Índice onomástico	149

Prólogo

Cada volumen de la serie *Conceptos de Comunicación* trata con amplitud una idea de gran importancia para el estudio de la comunicación humana. A través del análisis e interpretación de la literatura académica, especialistas en cada área exploran los usos que en mayor medida se han dado a algún concepto e indica direcciones promisorias para trabajos posteriores.

En este volumen de opinión pública, Vincent Price explora uno de los temas centrales de nuestro campo. En muchas formas la comunicación ha estado inextricablemente ligada con el análisis de la opinión pública durante generaciones. Pero mucho de esa relación se ha ido opacando por diversas razones; Price aclara las diversas formas en que la opinión pública es, en esencia, un concepto sobre los procesos y efectos de la comunicación. Para el estudiante de comunicación esto aumenta la relevancia del presente texto; para quienes provienen de otros campos, este número proporciona una aproximación sencilla a la literatura de la comunicación. El análisis de Price ocupa una posición destacada dentro de los tratamientos convencionales sobre la opinión pública hechos por politólogos, sociólogos y psicólogos sociales.

El texto inicia con un examen histórico del concepto de opinión pública como surgió en la filosofía de la Ilustración. Esto requiere hacer unas consideraciones sobre las diferentes concepciones de lo que lo público significó en la teoría clásica de la democracia. Esa base es seguida de una explicación cuidadosa de los varios usos en el siglo XX de opinión y conceptos relacionados. Llega a ser claro que el surgimiento de la industria del muestreo de la opinión pública y la conexión del psicólogo entre opinión y aptitud han movido a la opinión pública de sus raíces intelectuales, lo mismo que abierto nuevas y fascinantes líneas de investigación.

El volumen integra estas nociones divergentes en un modelo discursivo de opinión pública, enfocándose en las interacciones entre y dentro de agrupamientos sociales que promueven la

discusión de asuntos públicos. Price presenta una interpretación convincente de modelos agregados basados en datos a nivel individual y da forma a "un público" como se define en relación con determinado aspecto. Su modelo revisa la literatura contemporánea e indica el camino para la investigación futura que pueda incorporar los papeles de periodistas, actores políticos y muestristas en la delineación del discurso público.

Este volumen combina el trabajo de historiadores, filósofos, psicólogos, politólogos y sociólogos de varias corrientes y ofrece a los académicos de esas disciplinas una visión de la manera en que la opinión pública se usa en los estudios de comunicación. Para el estudiante que se inicia en esta materia, proporciona una concisa introducción a un tópico vasto, al tiempo que pondera problemas conceptuales que continúan ocupando las mejores mentes en el campo.

Ellen Wartella (editora asociada)
Steven H. Chaffee (editor de la serie)

Prólogo a la edición en español

Este libro que presentamos es el cuarto de la serie *Conceptos de Comunicación* (Sage Publications, Steve Chafee editor, Stanford University, 1992), serie en donde se revisan los conceptos que han orientado la investigación académica sobre comunicación, ciencia que, de acuerdo con el autor de *Public Opinion*, Vincent Price, hace núcleo a la opinión pública con los procesos de discusión, el debate y la toma de decisiones colectivas. Los enlaces a este núcleo están identificados conceptualmente por elementos sociológicos y psicológicos.

Ahora, ¿cuáles son las raíces teóricas, normativas y empíricas del concepto de opinión pública? Más que aportar una definición simple del término "opinión pública", el doctor Price nos propone revisar los temas básicos presentes en los escritos que utilizan dicho concepto, de los que destaca el tema mencionado en el primer párrafo de este prólogo. Dados los enlaces mencionados, la opinión pública —vista ya sea en términos filosóficos, políticos, sociológicos o psicológicos— permanece fundamentalmente como un concepto de comunicación.

Como sugiere el capítulo 5, el debate público es expresión de las interacciones entre los actores de la élite política y la ciudadanía atenta como público participativo. Dicho debate es facilitado en mucho por la prensa.

Presentamos este texto en razón de las expectativas renovadas de una vida democrática en nuestro país, a partir del parateguas de las elecciones de 1988. Resultados electorales que en cierta forma abrieron las posibilidades y los riesgos de tomar en consideración las voluntades individuales que, saliendo de su aislamiento, podían convertirse en reclamo de una sociedad civil más actuante. Sociedad que, tomándole la palabra al proyecto de modernización del país, demanda que dicha modernización se refleje no sólo en los aspectos económicos, sino así mismo que se tomen en cuenta las maneras como perciben y afectan a los ciu-

dadanos las medidas de políticas económicas, laborales, culturales y de la vida cotidiana en sí misma.

También hemos de expresar que este esfuerzo editorial es compartido por tres instancias: Prospectiva Estratégica, A.C., la revista *Este País* y el Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Guadalajara. Es pues, un esfuerzo compartido, extensión de un compromiso con la modernización de la vida del país, que con todo y que ha sido cuestionado por el estallamiento del movimiento del EZLN en Chiapas, nos compromete a un tránsito pacífico hacia una vida más democrática que se significa por avanzar a marchas forzadas para alcanzar, siquiera de manera mecánica, los niveles democráticos de las sociedades occidentales.

El estudio de la opinión pública demanda un esfuerzo tanto teórico como de vinculación concreta con los temas de interés público, esfuerzo que puede asegurar con más confianza que se está hablando de lo que dice o piensa la opinión pública. Este estudio está fundamentado en la metodología de la investigación por encuesta, que se apoya en disciplinas científicas como la sociología, la psicología, la estadística... facilitando este trabajo interdisciplinario por la informática y la computación.

El debate público —independientemente de lo razonado de éste— en que se basen las decisiones, se da como un proceso de comunicación. Pero ésta es tanto un instrumento de persuasión como de acopio de información, y por igual es potencialmente útil para manipular las opiniones así como para solicitarlas.

De esta manera, el esfuerzo editorial se expande a la sociedad en su conjunto para ampliar los espacios de discusión y toma de decisiones.

Es merecido un reconocimiento a la colaboración desinteresada de las señoritas Noemí Partida Valerio y Ana Guadalupe López Sánchez en la captura del texto. Así mismo, al ingeniero Miguel Angel Serrano y a Sofía Rodríguez, de la Dirección de Publicaciones de la U de G, en la revisión del original. Las sugerencias críticas del maestro Rolando Castillo Murillo a la traducción, contribuyeron en buena medida a la mayor claridad de esta versión en español del libro del doctor Vincent Price. A Sunny, Belén y Alonso, por el sacrificio del tiempo.

Por último, y con la disculpa del espacio, para otros colaboradores; la habilidad técnica de Jorge López Paramount nos

permitió lograr esta primera contribución nuestra al desarrollo de la investigación de la opinión pública, dentro del cual nos congratulamos de tener el acompañamiento profesional del licenciado Federico Reyes Heróles, de la revista *Este país*, y del doctor Miguel Basáñez Ebergenyi, de Prospectiva Estratégica, A.C.

César Morones Servín

Reconocimientos

He disfrutado el apoyo de varios colegas y amigos en la preparación de este trabajo. Las sugerencias editoriales de Steven H. Chaffee y Ellen Wartella fueron de especial utilidad, lo mismo que los comentarios que en borradores me proporcionaron Jon Cowan, Susan Herbst, Hayg Oshagan, Diana Owen, John Peters, David Ritchie, Caroline Schooler, Howard Schuman, Eleanor Singer, Michael Traugott y John Zaller. A través de su relación con escritos míos previos sobre la opinión pública, Richard Carter y Donald Roberts también hicieron valiosas contribuciones. Estas y otras personas, particularmente Annette Price, tienen mucho del crédito de este libro; yo soy responsable de su contenido. El trabajo en el manuscrito tuvo el apoyo en parte del Centro Marsh para el estudio del trabajo periodístico en el Departamento de Comunicación, y el Programa de Medios y Política en el Centro de Estudios Políticos en la Universidad de Michigan.

Vincent Price

Capítulo 1

Introducción

El concepto de opinión pública es uno de los más vitales y consistentes en las ciencias sociales. Se aplica ampliamente en la psicología, la sociología, la historia, la politología y en la investigación de la comunicación, tanto en el ámbito académico como en el aplicado. Pocos conceptos han engendrado tan amplio consenso social, interés científico o debate intelectual.

Ciertamente muy pocos conceptos tienen raíces tan profundas en el pensamiento occidental. Se pueden encontrar ideas sobre la opinión pública en la filosofía del siglo XVIII, en la literatura del Renacimiento, incluso en los trabajos de Platón y Aristóteles.

Los escritos sobre opinión pública han estado presentes en el panorama de la investigación social, desde los argumentos de los influyentes teóricos de la democracia y críticos sociales (p.e., Rousseau, 1762/1689; Bentham, 1838/1962; Bryce, 1888; Lowell, 1913; Lippmann, 1922), hasta los trabajos pioneros de sociología y psicología social (p.e., Tarde 1890/1903; McDougall, 1920; Allport, 1924) y los estudios empíricos originarios de los efectos de los medios masivos de comunicación (p.e., Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944; Hovland, Lumsdaine y Sheffield, 1949).

A pesar de su presencia, el concepto de opinión pública sigue siendo controvertido. Desde el advenimiento de las técnicas de investigación y su aplicación a la opinión pública en los inicios del siglo XX, los analistas han estado obligados continuamente a refinar, adaptar y extender las añejas nociones conceptuales y teóricas a la luz de los esfuerzos de la investigación empírica.

Durante este tiempo, los investigadores con frecuencia han estado divididos en sus enfoque conceptuales —aun en su propia definición misma de opinión pública. ¿Es acaso una agregación simple de visiones individuales (Childs, 1939)? ¿O es acaso un producto emergente de nivel colectivo para el debate y discusión que no puede ser “reducido” a individuos (Cooley, 1902; Blumer, 1948)? La dificultad de definir la opinión pública como un objeto de estudio empírico fue quizá expresado de la mejor manera por Key en 1961. “Hablar con precisión de opinión pública”, dijo, “es una tarea en nada parecido a la venida del Espíritu Santo” (p. 8).

La literatura en investigación sobre la opinión pública es basta, en expansión continua y está marcada por el debate intelectual. Incluso para los investigadores activos en este campo, la tarea de ordenamiento a través de los escritos de opinión pública puede ser completamente desalentadora. Por esta razón, este libro intenta ser un mapa de dicho terreno de investigación, y pretende ser una introducción a los puentes mayores y caminos que enlazan a la investigación sobre opinión pública con las diversas disciplinas.

I. Esbozo del volumen

Baker (1990) sugería que la idea de opinión pública como era concebida en el siglo XVIII, era implícitamente paradójica. Al conferir el calificativo de “pública” al concepto opinión, los pensadores de la Ilustración aludían a la universalidad, la objetividad y la racionalidad. Por otro lado, el concepto de opinión en sí mismo sugería un considerable flujo, subjetividad e incertidumbre (Baker, 1990, p. 168). Conectar los conceptos *público* y *opinión* representaba un intento liberal-filosófico de unir el “uno” y el “muchos”, para enlazar el beneficio colectivo con las ideas y preferencias individuales. No es casual entonces, que los esfuerzos para definir el concepto oscilaran entre la visión holística, que ubica a la opinión pública en el reino de lo colectivo, y las definiciones reduccionistas, que la hacía llegar a los individuos.

En vista de esta combinación, aun en su naturaleza paradójica, en este libro la opinión pública se analiza ampliamente

Capítulo 2

Problemas de Opinión Pública

Muchos autores sobre opinión pública empiezan, con suficiente razón, estableciendo la pregunta básica: ¿qué queremos decir exactamente cuando hablamos de opinión pública? Cualquier trabajo que busque una definición clara y simple del concepto resultará, sin embargo, infructuoso. En una colaboración sobre opinión pública preparada para la *Enciclopedia internacional de las ciencias sociales*, Davison (1968) apuntaba que “no hay una definición generalmente aceptada” del término (p. 188). Esta ausencia ciertamente no es por falta de esfuerzo. Noelle-Neumann (1984) destaca que las “generaciones de filósofos, juristas, historiadores, teóricos de la política y periodistas, se han quedado sin cabello en el intento de dar una definición clara” (p. 158). Childs (1965) pudo compilar 48 diferentes registros del significado de opinión pública, observando que la literatura del campo está “salpicada de servientes intentos” (p. 14).

Admitir que es difícil llegar a una definición generalmente aceptada del concepto no significa necesariamente que el concepto de opinión pública carezca de sentido. El concepto se sigue usando en la investigación, en escritos sobre el gobierno y en explicaciones de la conducta social humana, tanto de manera científica como en el uso cotidiano. Y el hecho de su aplicación continua queda como testimonio firme de su significatividad. Para entender el concepto de opinión pública debemos indagar sobre los varios problemas a los que el concepto se ha aplicado. Más que llegar a una definición simple de opinión pública, nuestra meta es comprender sus diferentes aplicaciones. Como Kaplan (1964) anotó, “El

significado de un término es un asunto familiar entre sus varios sentidos" (p. 48).

Los problemas que originalmente dieron origen al concepto de opinión pública no son necesariamente los mismos que sustentan su uso actual. Aún así, hay muchos temas en común que aparecen en escritos sobre opinión pública a lo largo de varios siglos. El objetivo de este capítulo es entonces doble. Primero, reviso los orígenes históricos de la opinión pública como concepto, tomando nota de las varias formas en que la idea fue aplicada en la formulación de modelos democráticos de la sociedad en los siglos XVIII y XIX. Más adelante, discuto la estrecha relación entre el interés en la nueva fuerza que representa la opinión pública en la sociedad y el crecimiento expansivo de los medios masivos durante la última parte del siglo XIX y lo que va del XX, poniendo particular atención sobre algunas preocupaciones y temores recurrentes acerca del estatus de la opinión pública moderna. Como veremos en capítulos subsecuentes, muchas de las aplicaciones contemporáneas de la investigación no solamente comparten el legado conceptual de la opinión pública en la manera en que se ha desarrollado históricamente, sino que también continúan reflejando las mismas preocupaciones fundamentales acerca de su pertinencia.

I. Orígenes de la idea

El concepto de opinión pública es en mucho un producto de la Ilustración. La idea está unida de manera estrecha a las filosofías políticas liberales de la última parte de los siglos XVII y XVIII (p.e., Locke, 1690/1963; Rousseau, 1762/1968), y especialmente a la teoría democrática del siglo XIX (p.e., Bentham, 1838/1962). Aunque no es mi intención hacer una revisión histórica exhaustiva del desarrollo del concepto de opinión pública —y ciertamente no es mi meta revisar el curso de la filosofía política—, sin duda es útil revisar las formas originales en que el término fue utilizado.¹

Anticipaciones y aproximaciones. Aunque el concepto no fue explícitamente propuesto sino hasta el siglo XVIII, muchos escrito-

res iniciales incluían "anticipaciones y aproximaciones de la moderna teorización pública" (Palmer, 1936, p. 231). La filosofía política de la Grecia antigua, por ejemplo, consideraba las trampas y los beneficios potenciales del gobierno popular. Platón replicaba desacreditando a la política democrática, viendo a la filosofía como el conductor por derecho propio de los asuntos humanos y cuestionando la competencia de una cantidad considerable de gente para tratar conceptos filosóficos. Aristóteles, por otro lado, creía que los sentimientos colectivos del *demós* podrían contribuir con una suerte de sentido común a los asuntos políticos (Minar, 1960, pp. 38-39). A pesar de las referencias en los trabajos clásicos sobre fenómenos que aluden a la opinión pública, las diferenciaciones modernas entre el Estado y la sociedad en su conjunto, y entre oficiales especializados y el público general, no eran realmente parte de la filosofía política de Atenas (Held, 1987, pp. 17-18). La combinación de los términos *opinión* y *público* en un concepto mezclado con un significado político aparece sólo mucho más tarde en las filosofías políticas liberales de 1700.

Concepciones iniciales de opinión. Mucho antes de su aparición en sus términos liberales y democráticos, hubo en general dos sentidos discernibles de la palabra *opinión*, que persisten hoy en día (Habermas, 1962/1989, pp. 89-90). El primer sentido es esencialmente epistemológico, y surge de su aplicación en la distinción de un juicio de hecho de un juicio de valor, o a algo incierto de algo que se sabe es verdad, ya sea por la vía de la demostración o como asunto de fe. Esta noción —tomada de la expresión latina *opinio* y quizá el sentido más inicial del término— se refleja todavía en su aplicación general hoy en día, como cuando alguien se refiere a un aserto particular como "un asunto de opinión" más que un punto de hecho (ver Hume, 1777/1775 para la distinción entre relaciones de ideas y juicio de hecho).

Cuando se vincula a la sociedad en el sentido amplio, en ocasiones el término adquiere un carácter peyorativo, que se refleja en las expresiones iniciales de "opinión común", "opinión general" y "opinión vulgar" (la última incorpora el latín *vulgus*, en su significado "la gente común, vulgo"). A pesar de sus eventuales connotaciones negativas, la opinión, usada en este sentido

epistemológico, se relaciona esencialmente con un estado cognitivo, a una forma inferior de conocimiento.

Un segundo sentido relacionado de opinión, dado por algunos contemporáneos, más cercano a sus connotaciones modernas, lo equipara con las maneras, la moral y las costumbres (Noelle-Neumann, 1979, 1984). Aquí el énfasis subyace en el papel (*rol*) de la opinión popular como una clase de presión social informal y de control social. La opinión se equipara con la reputación, la estima y con el cuidado general de los otros, de interés principalmente porque constriñe la conducta humana (Speier, 1950, p. 378). Esta manera de entender la opinión eventualmente cristalizó en los escritos de Locke (1690/1975), quien indentificaba tres leyes generales que gobiernan la conducta humana: la ley divina, la ley civil y la "ley de la opinión o de la reputación" (que en algún lugar llamó la "ley de la moda" y la "ley de la censura privada"). Más que resaltar a la opinión como forma de conocer, este sentido del término se enfoca en la aprobación o censura social, la opinión como forma de condonar o condenar informalmente. La opinión, vista de esta manera, generalmente es perjudicial y no racional, similar al sentimiento, lo mismo que opuesta a la razón (Ozouf, 1988, pp. S1-S2).

Concepciones iniciales de lo público. El término público tuvo muchos diferentes sentidos en su uso inicial, pero de nuevo podemos destacar dos en particular que son dignos de mencionar. Lo más probable es que la frase latina *publicus* se derive de *poplicus* o *populus*, significando "el pueblo". Pero había al menos dos reflexiones distintas de pueblo presentes en los usos iniciales de la palabra público. En uno de los dos sentidos del término, lo público se refería al acceso común, tal como un "lugar público". De acuerdo con Habermas (1962/1989, p. 6), la *res publica* era cualquier propiedad generalmente abierta a la población, y en el feudalismo los comunes se consideraban como públicos porque generalmente se daba acceso a la plaza de la fuente y del mercado. El concepto fundamental es el de apertura o disponibilidad. En mucho, la misma noción continúa usándose actualmente, como cuando empleamos el verbo *publicitar* para referirnos al proceso de hacer algo ampliamente disponible.

Quizá más predominante era el uso del término público en referencia a asuntos de interés general y más específicamente a asuntos oficiales y del Estado (Speier, 1950). Este segundo sentido del término tiene poco que ver con el acceso común, enfocándose más bien en el interés común o en el beneficio común.

Como Ozouf (1988, p. S2) destaca, antes de 1830 los diccionarios franceses oponían lo *público* no a lo *privé* ("privado"), sino a lo *particulier* ("particular, individual"). La misma idea persiste ahora en referencia a "obras públicas" y "ley pública". Un edificio de gobierno puede ser considerado público, aun cuando no esté abierto para cualquier persona. Antes de la evolución del concepto contemporáneo de gobierno, la indumentaria personal y las actividades de los gobernantes se consideraban de interés público. En escritos del medievo, las palabras *señorial* y *público* eran usadas como sinónimos, y *publicare* significaba reclamar al señor (Habermas, 1962/1989). Bajo la teoría del absolutismo real, dominante en Europa antes del siglo XVIII, el monarca era considerado como la única persona pública —"fuente y principio de unidad en una sociedad particularista" (Baker, 1990). Posteriormente, el término público llegó a referirse generalmente al Estado, en tanto que éste derivaba "en una entidad que tenía existencia objetiva sobre y en contra de la persona del gobernante" (Habermas, 1962/1989, p. 11). Ahora, operando ampliamente bajo estas conexiones iniciales entre el término público y el bienestar colectivo, difícilmente podemos evitar asociar cosas públicas con cosas gubernamentales.

Aunque la noción de opinión pública no surge sino hasta la Ilustración, tanto la *opinión* como lo *público* tenían en ese tiempo usos múltiples que están relacionados con nuestra comprensión contemporánea de los conceptos. Más notoriamente, la opinión se usaba para referirse tanto a lo racional/cognitivo y a lo no racional/procesos sociales —una dualidad llevada virtualmente a todos los escritos posteriores sobre opinión pública. El término *público* compartía un uso dual similar. Siguiendo las famosas palabras de Abraham Lincoln, la palabra público originalmente significó tanto "del pueblo" (al referirse al acceso común) como "para el pueblo" (al referirse al bien común). Sólo llegó a significar "por el pueblo" (esto es, realizado por gente común,

sentido en que con frecuencia pensamos dicho término hoy, mucho después).

II. El nacimiento de la opinión pública

La combinación de *público* y *opinión* en un solo término, usado para referirse a juicios colectivos fuera de la esfera del gobierno que afectan la toma de decisión política, ocurrió posteriormente a la aparición de varias tendencias a escala social, económica y política en Europa (Speier, 1950; Lazarsfeld, 1957; Ginsberg, 1986). Aunque al menos un historiador daba crédito a los ingleses en cuanto al uso de las frases "opinión de la gente" y "opinión del público" hacia 1741 (Gunn, 1983), se considera más bien a los franceses como los inventores y populizadores del concepto (Habermas, 1962/1989; Noelle-Neumann, 1984; Ozouf, 1988). Noelle-Neumann (1984) acredita a Rousseau la primera aplicación de la frase *l'opinion publique* hacia 1744, al emplearla en el segundo sentido que se definió líneas arriba, como una referencia a las costumbres y maneras sociales de la sociedad (ver también Baker, 1990). De alguna forma, hacia 1780 los autores franceses estaban haciendo más que un uso extensivo de la opinión pública para referirse más a un fenómeno político que a uno social, con frecuencia asociado a "voluntad común" (*bien public*), "espíritu público" (*esprit public*), "conciencia pública" (*conscience publique*), y otros términos semejantes (Ozouf, 1988, p. S3).

Las fuerzas históricas actuantes habían iniciado originalmente ya desde el siglo XV, con la llegada de la imprenta a través de los tipos móviles (Childs, 1965). Este desarrollo tecnológico permitió la amplia difusión de la literatura, que compartía esfuerzos en el siglo XVI con el crecimiento de los mercaderes y negociantes y con la expansión de la habilidad para leer y escribir. La última tendencia estuvo apoyada en mucho por la Reforma protestante, que creó un amplio público lector, sin ninguna mediación formal de la Iglesia, para la literatura religiosa escrita en lengua vernácula (Speier, 1950, p. 381). La profesionalización de las artes, particularmente la literatura, reemplazó al sistema de patronazgo inicial por uno en el que los autores y artistas dependían del apoyo popular para su sostenimiento. (Habermas 1962/1989).

Las sociedades de lectura y en segundo lugar las librerías, empezaron a florecer, y hacia el final de 1700 la literatura política y la moral eran bastante populares entre las clases letradas (Speier, 1950; Habermas, 1962/1989; Darnton, 1982).

La Reforma resultó ser importante por varias razones, más allá de su efecto en la circulación de la literatura. Las enseñanzas de Calvino y Lutero confrontaron el orden sociopolítico de larga permanencia de la autoridad y jurisdicción papal. Quizá de una manera más crítica, las enseñanzas protestantes contenían en esencia una concepción nueva e individualista de la persona. Dichas enseñanzas sancionaron la autoridad secular en todo, aun en los dominios morales y religiosos de la vida, y apoyaron la idea de que los individuos son "arquitectos de su propio destino" (Held, 1987, p. 40). A fines del siglo XVII, las ideas en principio liberadas por la Reforma, habían resultado mucho más disruptoras que las filosofías liberales (p.e., Locke, 1690/1963), que afirmaban que los individuos deberían ser libres para seguir sus preferencias en todos los aspectos de la vida —religioso, económico y político (Held, 1987, pp. 51-54).

Emergencia de una esfera de lo público. Habermas (1962/1989) argumenta que estas tendencias históricas, ligadas estrechamente al crecimiento del capitalismo y al ascenso de una burguesía europea, resultaron eventualmente en una esfera de lo público. En el curso del final del siglo XVII e inicios del XVIII llegaron a tener relevancia una variedad de nuevas instituciones sociales: las casas de café en Inglaterra (se dice que había más de dos mil en Londres en los inicios del siglo XVII), los salones de París y las sociedades de mesa (*Tischgesellschaften*) de Alemania (Speier, 1950). Estos lugares de reunión, en donde se tenía en gran estima la devoción por la conversación sobre literatura y arte, llegaron a representar —particularmente los salones franceses— lugares donde la autoridad argumentativa suplantaba a la autoridad de un título.

De acuerdo con Habermas, el público letrado del siglo XVIII ganaba fuerza política, en tanto que la burguesía se consolidaba y empezaba a articular una crítica liberal del Estado absolutista existente, primeramente a través de la circulación de la literatura política y su amplia discusión en los salones y casas de

café. El libre intercambio de información y crítica y el razonamiento abierto llegaron a ser instrumentos de "autoafirmación pública" en asuntos políticos (Nathans, 1990, p. 625). Con el crecimiento de una esfera pública políticamente activa, la opinión pública surgió como una nueva forma de autoridad política —una autoridad con la cual la burguesía pudo enfrentar al gobierno absoluto.

Habermas (1962/1989) enfatiza los aspectos racional e igualitario de la opinión pública durante la Ilustración (pp. 36-37). Primero, es vista como una emanación del discurso razonado de la conversación y del debate activos. Este debate es "público" en el sentido de que se dirige a determinar la voluntad común —no es meramente un conflicto de intereses individuales. El debate es también abierto; el proceso es "público" en el sentido de que la participación abierta, si no completamente segura, es deseada. Es soberano e igualitario; opera independientemente del estatus económico y social, dando curso a los méritos de la ideas más que a la fuerza política. Finalmente, el debate debe estar despojado de los prejuicios a través de la información completa de los asuntos políticos y sus consecuencias, si es que va a producir juicios correctos. Como veremos, estas nociones tendrán mucho que ver con los intentos sistemáticos de los sociólogos (p.e., Park, 1904/1972; Blumer, 1946; Mills, 1956) para definir con mayor precisión la naturaleza de lo público como un colectivo social (capítulo 4). Estos aspectos proporcionaron el esbozo de lo que más tarde llegó a ser llamado el modelo "clásico" de la opinión pública (Berelson, 1950; Lazarsfeld, 1957), y proporcionaron un conjunto de estándares a través de los cuales la opinión pública, incluso en las sociedades modernas, se juzga alguna veces (ver Carey, 1978; Peters, 1989).

Ambigüedades en el significado de opinión pública. La explicación de Habermas (1962/1989) ha ejercido influencia, aunque los historiadores han cuestionado la precisión de su interpretación, particularmente su lectura marxista de la esfera de lo público como un aspecto de la dominación capitalista/burguesía (Nathans, 1990, p. 626). También es debatible si los aspectos del igualitarismo, la crítica y lo racional, asignados a la opinión pública del siglo XVIII cuadran bien con las visiones acerca de la opinión

pública que eran dominantes (particularmente en Francia) en ese tiempo. Por ejemplo, el análisis de Darnton (1982) del periodismo francés del siglo XVIII confronta la imagen racional del discurso público. Darnton propone que mucha de la literatura política que circulaba en la Francia prerrevolucionaria no era una filosofía liberal ilustrada, sino más bien un criticismo moral orientado al sensacionalismo y a la celebridad (la "político-pornografía" es un término de Darnton) que dependía de temas de corrupción y depravación sexual (pp. 34-38).

Otros historiadores han sugerido que los intelectuales de la Ilustración estaban lejos del igualitarismo absoluto (Nathans, 1990). Muchos eran de hecho profundamente ambivalentes acerca del individualismo y el valor de la confrontación en política. Baker (1990) argumenta que los pensadores políticos franceses de la mitad del siglo XVIII eran cautos acerca de la libertad extrema disfrutada por los ingleses, que parecía invitar al divisionismo, a la confrontación sin final y a la inestabilidad política. Había de esta manera una débil disposición para buscar la emancipación completa del individuo (Ozouf, 1988). Aunque Rousseau (1762/1968) sostenía que el bien común o "voluntad general" sólo es discernible a través de la participación directa y continua de los individuos libres que debaten elecciones colectivas, no defendía el conflicto de intereses individuales. Más bien, creía que los miembros del público, al unirse para decidir lo que es mejor para su comunidad, sacrifican sus intereses y preocupaciones privadas por el bienestar común (ver Pateman, 1970, p. 25; Held, 1987).

El problema de cómo identificar a la opinión pública dentro de una masa conflictiva de opiniones individuales fue un dilema central en la filosofía política liberal. Una solución fue la autonomía de la opinión pública carente de razón. Dada la vaguedad sobre lo que exactamente la opinión pública era, muchos escritores claramente indicaban que no era la opinión de la multitud. Era más bien un "tribunal anónimo e impersonal", una nueva corte que tenía muchos de los mismos atributos —"inefabilidad, externalidad y unidad"— que caracterizaban a la vieja autoridad absolutista (Ozouf, 1988, pp. S11-S12; Baker, 1990). Esta noción —de que la opinión pública trasciende la opinión individual y refleja un bien común abstracto más que un mero com-

promiso de intereses individuales— continuaría influyendo el pensamiento sobre la opinión pública bien entrado el siglo XX (p.e., Lowell, 1913, pp. 8-10; Berelson, 1950).

Quienes escribieron primero sobre opinión pública raramente explicitaban el grupo de gentes al que se referían. Ozouf (1988, p. S6) sugiere que de manera implícita la opinión pública era equiparada con frecuencia por los franceses con la opinión de los "letrados", refiriéndose a su (en mucho autoproclamado) papel de árbitros de los asuntos sociales y políticos. Un segundo "grupo de portadores de opinión capaces sociológicamente" eran los *parlements*, que tomaron la decisión de llevar sus protestas en contra del rey como un esfuerzo de ganar "entusiasmo" público a su favor (p. S7). Como tanto Ozouf (1988) y Baker (1990) destacan, sin embargo, la opinión pública no solamente se invocaba en el contexto de la crítica a la monarquía. Baker sostiene que el concepto tomó presencia en el origen de una disolución gradual de la autoridad absoluta. En medio de una crisis del absolutismo, la corona francesa y sus opositores juntos "inventaron y apelaron a un principio de legitimidad más allá del sistema [existente] para presionar por sus demandas" (Baker, 1990, p. 171). Lo público era principalmente un constructo político o ideológico sin ningún referente sociológico claro; proporcionaba implícitamente un nuevo sistema de autoridad en el que el gobierno y sus críticos reclamaban el juicio de la opinión pública para asegurar sus respectivos propósitos. "Ciertamente, uno puede entender los conflictos de la pre-revolución como una serie de esfuerzos para arreglar el referente sociológico del concepto en favor de uno u otro de los grupos en conflicto" (Baker, 1990, p. 186). Habermás de por medio, la opinión pública era más que simplemente el instrumento de una burguesía naciente.

Necker, a quien con frecuencia se le acredita la popularización de la frase *l'opinion publique* durante el decenio de 1780, sirvió a la corona francesa como ministro de finanzas (Palmer, 1936; Baker, 1990). En diversos aspectos, la aplicación de Necker de la frase es completamente moderna en espíritu. Él usaba el término para referirse a una dependencia creciente del estado financiero del gobierno, de la opinión de sus acreedores. Necker reconocía que era necesario el apoyo de la élite francesa para el éxito de las políticas gubernamentales. Para ese fin, él abogaba

por la difusión completa de las actividades estatales. Publicó una declaración de las cuentas gubernamentales (el *Compte Rendu* de 1781), principalmente para tranquilizar a los acreedores públicos y reiterarles la seguridad de la Tesorería de la Nación (Speier, 1950; Baker, 1990). Necker puede de esta manera haber estado entre los primeros en proponer unas relaciones públicas gubernamentales sistemáticas. "Solo los tontos, los teóricos y los aprendices", observaba él en 1792, "dejan de tomar en cuenta a la opinión pública" (citada en Palmer, 1936).

La opinión pública y el gobierno de la mayoría. Aunque las casas de café y los salones de la Ilustración dieron impulso a la idea original de opinión pública, los escritores del siglo XVIII dejaron impreciso el concepto en muchos aspectos. La opinión pública estaba ligada a la discusión y al libre flujo de la información; se suponía que reflejaba el bien común y fue lanzada como un tribunal nuevo y poderoso para revisar las acciones del Estado. Pero otros aspectos claves de nuestra concepción contemporánea de la opinión pública encuentra sus orígenes en escritos posteriores sobre la democracia representativa, como los de Madison (1788/1966) y especialmente en los teóricos "utilitaristas" ingleses Bentham (1838/1962) y Mill (1824/1937).

Los escritos del siglo XVIII que emplean el término opinión pública se refieren generalmente a la conducta social; o cuando se refieren a su impacto político no son claros en cuanto al mecanismo preciso por medio del cual debería influir en los asuntos gubernamentales. Alrededor de finales del siglo XVIII y principios del XIX sin embargo, el trabajo de Mill y Bentham explicó en detalle un papel político mucho más formal para la opinión pública en el gobierno, proyectado en términos legislativos y electores. En contraste con Rousseau, éstos escritores sostenían que la gente se comporta primeramente para satisfacer sus deseos individuales y para evitar el dolor (Schumpeter, 1943; Held, 1987). La sociedad consiste entonces en individuos que buscan maximizar sus propios intereses y utilidades. Se necesitaba un mecanismo que armonizara estos intereses dispares. La respuesta al problema de resolver intereses separados y en conflicto fue el gobierno por la mayoría, establecido por la vía de una elección regular y del plebiscito.

La opinión pública, en esta visión mayoritaria, era mejor expresada como los "intereses agregados de los hombres de la comunidad" (Minar, 1960, p. 36). El Estado estaba destinado a desempeñar esencialmente el papel de árbitro de los individuos o grupos que competían para maximizar sus intereses a través de la lucha económica y del libre intercambio. De esta manera "el voto libre y el mercado libre fueron la *sine qua non*" (Held, 1987, p. 67).

Minar (1960) sustenta que el modelo democrático-utilitarista es el punto de vista moderno más característico de la opinión pública, que subyace básicamente en los esfuerzos en el siglo XX por medirla y cuantificarla regularmente a través del establecimiento de la encuesta de opinión. Los puntos de divergencia entre la concepción utilitarista de la opinión pública y las nociones iniciales de la Ilustración radican principalmente en las diferentes propuestas para determinar el bien común. El pensamiento liberal inicial (p.e., Rousseau) veía a la opinión pública como una manera de realizar la voluntad común, que se discernía mejor a través del involucramiento popular continuo en la forma de un debate razonado e igualitario. En la formulación más reciente, la opinión pública se resuelve más bien a través de una función maximizadora de las voluntades individuales desagregadas, esto es, a través del gobierno de la mayoría. La concepción más cercana a la voluntad general toma forma en el marco de referencia utilitarista en la idea sostenida más comúnmente.

No se puede decir que el debate público activo dejara de ser parte del escenario —lejos de ello. La libertad de prensa fue vigorosamente apoyada por Bentham y Mill. Siguiendo la opinión de Necker, Bentham concibió a la prensa como un órgano particularmente importante de lo que él llamó "el tribunal de la opinión pública". Retomando las nociones de opinión común como presión social, buscaba la difusión regular de todas las actividades gubernamentales como un seguro en contra de los abusos de poder (Palmer, 1936, p. 245). Tales concepciones acerca de la prensa se anticiparon de manera significativa a nuestra noción contemporánea de libertad de información y a la caracterización moderna de los medios como vigilantes de lo público (Comisión para la Libertad de Prensa [Comisión], 1947; ver también Macaulay, 1898, sobre la prensa como el cuarto Estado). Pero el involucramiento popular continuo en el debate de asuntos políticos no se propo-

nía como el mecanismo mejor o más práctico para determinar el bien común; más bien, la satisfacción de los deseos populares descansaba en la elección de la mayoría al expresarse en las elecciones regulares.

Un segundo cambio consecuente en la conceptualización acompañó también a la filosofía democrática mayoritaria. Lo público en sí mismo era definido vagamente en los escritos iniciales como aquellos miembros de las clases letradas que frecuentaban los salones y casas de café; en el nuevo marco de referencia se identifica explícitamente con el electorado elegible. Bentham sostuvo en sus escritos que las elecciones parlamentarias a través del sufragio universal anual servían para mantener en una vigilancia cercana a los representantes —los "diputados" del pueblo (Pateman, 1970). El resultado fue una expansión considerable en el tamaño y heterogeneidad de "lo público".

Algunos sugieren que el modelo de democracia de Bentham —como el de Rousseau— asumía que cada ciudadano tendría la posibilidad de formar opiniones políticas sobre asuntos emergentes cotidianos (p.e., Schumpeter, 1943). Sin embargo, Pateman (1970) concluye que ni Mill ni Bentham llegaban a expectativas particularmente altas en relación a la habilidad de su electorado expandido para deliberar activamente sobre el sistema de gobierno. Estos teóricos estaban más preocupados, Pateman (1970) insiste, por la habilidad del público para seleccionar y rechazar representantes, que por su habilidad para sostener opiniones públicas informadas como tal (pp. 18-19).

III. La opinión pública como objeto de estudio

Hacia la mitad del siglo XIX el conjunto de escritos que trataban la opinión pública eran de naturaleza filosófica y normativa, siendo estudios en teoría política más que estudios de opinión pública en sí. (Los escritos de Necker son una excepción notoria.) Aunque la teoría democrática representativa ganaba un apoyo creciente en el curso del siglo XX, los escritores de esta época no eran de ninguna manera ingenuos al evaluar el potencial de la opinión pública. Quienes apoyaban las reformas liberales y democráticas la vieron "como la voz de la clase media ilustrada, como protección

en contra del mal gobierno, como un agente de progreso"; mientras que los críticos más conservadores la entendían de manera antitética como potencialmente perjudicial, superficial y transitoria; mal informada, y con necesidad de limitaciones prácticas como fuerza política (Palmer, 1936, p. 247).

Hacia finales del siglo XIX la opinión pública llegó a estar bajo el análisis cada vez más sistemático en la forma empírica característica de las ciencias sociales en desarrollo (Lazarsfeld, 1957). Los escritores estaban intrigados por la "nueva fuerza" de la opinión pública en la sociedad, que parecía estar ganando poder y expandiéndose a todas las clases sociales, con ganancias en la educación y con la emergencia de medios masivos de comunicación más eficientes (Bryce, 1888; Tarde, 1890/1903; Cooley, 1902; Lowell, 1913). Al acercarse 1890, hubo un cambio tanto en el enfoque como en el método de análisis de la opinión pública. En correspondencia con el crecimiento de las ciencias sociales en la academia, los trabajos en el siglo XX sobre opinión pública reflejaron más claramente preocupaciones psicológicas y sociológicas más que políticas y filosóficas.

Mientras que muchas discusiones iniciales sobre opinión pública habían tratado primordialmente el problema filosófico de transmutar las voluntades individuales y separadas en la voluntad del Estado, ahora los analistas dirigían mayormente su atención hacia el problema de la comprensión de aspectos sociales de la opinión pública. El interés se desplazó a "la pregunta de la función y fuerzas de la opinión pública de la sociedad, los medios a través de los cuales puede ser modificada y controlada, y la importancia relativa de los factores emocionales e intelectuales en su formulación" (Binkley, 1928, p. 393). Esta línea de investigación orientó el estudio de la opinión pública hacia nuevos campos académicos: la conducta colectiva y psicología social, la investigación de la opinión y la actitud, el análisis de la propaganda, la conducta política y la investigación de la comunicación masiva.

IV. Problemas permanentes de la opinión pública

En los albores del siglo XX muchos de los conceptos subyacentes y las diferencias conceptuales —que serán evidentes en escritos

teóricos posteriores y en la investigación empírica sobre la opinión pública— de una manera u otra ya estaban presentes (Lasswell, 1957). Aunque puestos principalmente en términos de debate informado y gobierno de mayoría (como un legado de la Ilustración y de la teoría democrática representativa respectivamente), el término opinión pública contenía igualmente otros significados importantes. Los escritores de la Ilustración, a pesar de su énfasis en la razón humana y el progreso de la sociedad a través de la educación, no dejaban de tener en cuenta los aspectos no racionales y emocionales de la opinión pública. Por ejemplo, Speier (1950) hace un recuento de los esfuerzos de algunos pensadores de la Ilustración para establecer espectáculos públicos y celebraciones nacionales con el objetivo deliberado de favorecer el sentimiento patriótico más que el apoyo reflexionado. A lo largo de 1700 y 1800, el papel de la opinión general como impulsora de tradiciones y costumbres sociales, en coincidencia con la "ley de la moda" de Locke, no escapaba a la atención crítica (Noelle-Neumann, 1984).

Ciertamente, las huelgas generales y las revueltas del siglo XIX dieron a los estudiosos de la opinión una pausa en su interés en el supuesto de la naturaleza racional de la opinión pública. Los aspectos no racionales de la opinión pública fueron explorados cuidadosamente en la última parte del siglo XIX por escritores que dedicaron especial atención a la conducta imitativa y al "contagio" emocional en las multitudes (p.e., Tarde, 1890/1903; LeBon, 1895/1960; ver también Mackay, 1841/1956; capítulo 3).

Aunque hasta cierto punto la investigación científica social y los análisis filosóficos y normativos de la opinión pública han corrido por diferentes vías desde el inicio del siglo XX, todavía existe una conexión viva e importante entre ellos. Los hallazgos empíricos que buscan explicar cómo se desarrolla y opera la opinión pública en la sociedad pueden no ser útiles si no se interpretan a la luz de la manera en que pensamos la opinión pública *debe* estar funcionando (Berelson, 1950). A lo largo del siglo XX ha seguido habiendo tratamientos cuidadosos de las cuestiones normativas subyacentes que tienen que ver con la opinión pública: Lowell, (1913), Lippmann (1922), Dewey (1927), Lasswell (1941), Mills (1956), Schattschneider (1960) y Ginsberg (1986) son sólo unos ejemplos de tales pensadores.

Para cerrar este capítulo —y establecer un marco para los conceptos científicos sociales y las aplicaciones en la investigación en los capítulos siguientes— debemos considerar brevemente algunos de los temores y preocupaciones permanentes que han motivado y sostenido la investigación sobre la opinión.

En aras de la sencillez, podemos organizar esta discusión alrededor de cinco problemas básicos de lo público moderno: dos relacionados con su potencial superficialidad —falta de competencia y de recursos— y tres relacionados con su potencial susceptibilidad —a la tiranía de la mayoría, a la propaganda o persuasión de las masas y a la dominación sutil por las élites minoritarias.

Falta de competencia. Las reservas sobre la habilidad del público para guiar los asuntos políticos datan, como hemos visto, al menos desde Platón, y adquirieron prominencia durante la Ilustración. Pero quizá los más fuertes señalamientos al gobierno por parte de la opinión pública son producto del siglo xx —*Opinión pública* de Lippmann (1922) y el subsecuente *El público fantasma* (1925). El principal argumento de Lippmann fue que la teoría democrática pedía mucho a los ciudadanos ordinarios. No se puede esperar de ellos que se comporten como legisladores, ser activos e involucrarse en todos los asuntos pertinentes diarios. Parte del problema, según Lippmann, era la desatención en general del público y la falta de preocupación sobre asuntos políticos. Como Bryce (1888) había notado, “las cuestiones públicas están en el tercer o cuarto rango entre los intereses vitales” (p. 8). La gente invierte poco tiempo o energía para aprender lo necesario de los “factores invisibles” del mundo político. La combinación de los problemas fue la manera en que las opiniones —basadas en las “imágenes en nuestras cabezas”, como Lippmann (1922, p. 3) dijo— son desarrolladas. El conocimiento pormenorizado de los asuntos públicos en cuyas opiniones deben basarse, simplemente no están a disposición del ciudadano ordinario. El mundo político está “fuera del alcance, fuera de la vista, fuera del pensamiento” (Lippmann, 1922, p. 29). Los ciudadanos forman sus ideas sólo a partir de recuentos incompletos, con poco o ningún contacto con la realidad; filtran todo lo que ven y escuchan a través de sus propios temores o prejuicios. Aunque en

sociedades simples el gobierno, a través de la opinión pública, puede tener éxito, el mundo industrial moderno ha llegado a ser muy grande y complicado. “El ciudadano privado hoy”, Lippmann observaba irónicamente, “ha llegado a sentirse más bien como un espectador sordo en la fila de atrás, quien debe mantener su mente en el misterio, pero que no puede en absoluto mantenerse alerta” (1925, p. 13).

La prensa, considerada por los demócratas progresistas como un instrumento para educar y desarrollar al público (p.e., Cooley, 1909), solamente contribuía —en la opinión de Lippmann— a las enfermedades de la opinión pública. “No funciona”, sentenciaba llanamente, “y cuando usted considera la naturaleza de las noticias, ni siquiera se puede pensar ... Si los periódicos son responsabilizados de la obligación de traducir toda la vida pública de la humanidad fracasan, están destinados a fracasar; en cualquier futuro uno puede concebir que continuarán fracasando” (1922, p. 362).

No fue Lippmann el primero en señalar la discrepancia entre la imagen del público participando en una democracia —heredada de los salones de café de una época inicial— y los trabajos de la opinión de las masas en una nación legislativa moderna (ver Tocqueville, 1835/1945; Bryce, 1888), pero sus escritos fueron notables por su vigor y penetración, y especialmente por su revaloración radical de la forma democrática del gobierno por las que ellos abogaban. Dejando de lado la esperanza de la opinión competente de la gente común, Lippman creía que la opinión pública moderna no podía mejorar a menos que una organización independiente y con experiencia, asesorada por “cientistas políticos”, pudiera hacer “inteligibles los factores no visibles” a los tomadores de decisiones y “organizar la opinión pública” para la prensa (1922, p. 32). Avizó una red de agencias compartidoras de inteligencia (una por cada oficina del gabinete federal) con fuentes independientes de financiamiento, permanencia garantizada y acceso irrestricto a los hechos, para cumplir esas tareas (1922, p. 386).

Falta de recursos. Críticos posteriores, aunque sin entrar en desacuerdo con la imagen general de Lippman sobre la opinión pública moderna, tomaron distancia de su interpretación del ajuste público al gobierno democrático. De manera más destacada, Dewey

(1927) sostuvo que el problema no era por falta de competencia por parte del público, sino más bien una falta de métodos suficientes para la comunicación pública. "Los medios físicos externos", observaba, "en mucho han accedido a partir de la fase intelectual e investigación de los resultados" (p. 180).

A diferencia de Lippmann, quien pensaba que la Gran Sociedad nunca podría llegar a la Gran Comunidad requerida para una democracia nacional verdadera, Dewey (1927) creía que esto era ciertamente posible, aun cuando nunca pudiera tener todas las cualidades de una comunidad local (p. 211). Parte de la respuesta es la educación. No es necesario que la gente tenga el conocimiento y la habilidad para llevar a cabo investigaciones sistemáticas de todas las preocupaciones comunes —Dewey sugería— sino que sólo tuvieran la habilidad para juzgar el conocimiento proporcionado por expertos en esos asuntos (p. 209). Estaba de acuerdo con Lippmann en que las ciencias sociales jugarían un papel central en la corrección del Estado democrático, pero Dewey preveía una clase muy diferente de papel. Él proponía no un sistema de inteligencia experto de alto nivel, sino más bien una clase de ciencia social basada en la comunidad, que pudiera difundir sus interpretaciones al público a través de presentaciones artísticas en la prensa popular. "La necesidad esencial, en otras palabras, es el perfeccionamiento de los métodos y condiciones de debate, la discusión y la persuasión. Ese es el problema de lo público" (Dewey, 1927, p. 208). A través de líneas similares, un título de capítulo de *La democracia a través de la opinión pública* de Lasswell (1941), establecía el asunto de manera sucinta: "La democracia necesita una nueva manera de hablar".

Otros han considerado también el asignar recursos apropiados para el público como el asunto primario. Schattschneider (1960), por ejemplo, argumentaba que si hay un problema con la opinión pública, éste descansa en el supuesto reclamado por la teoría democrática clásica (p.e., la necesidad de ciudadanos omnícompetentes), no con lo público en sí mismo. "La gente es capaz de sobrevivir en el mundo moderno aprendiendo lo que necesitan saber y lo que no necesitan saber", sostenía (p. 137).

Los ciudadanos necesitan no estar involucrados en todos los detalles diarios del gobierno. Cuando resulta ser necesario, llegan de manera natural a involucrarse en el conflicto, cuando

sus preocupaciones e intereses están en juego. Lo que los ciudadanos *necesitan*, Schattschneider sugiere, es un sistema político competitivo con un fuerte liderazgo, controversia y alternativas claras (p. 129). Otros críticos han sostenido argumentos similares, colocando la culpa, de una manera u otra, no al pie de lo público sino en la puerta de la asamblea de representantes o de la oficina del editor (p.e., Entman, 1989).

La solución, se ha sugerido, radica en ofrecer mejores recursos —principalmente a través de los medios masivos— para que el público los use (Comisión 1947).

La tiranía de la mayoría. Un tercer problema permanente de interés para los analistas de la opinión pública es el peligro de que prevalezca una especie de mediocridad en la voluntad popular —el mínimo común denominador—, creada y mantenida por la presión de la mayoría. Visto de otra manera, el peligro es que a la vista de las grandes mayorías, los puntos de vista importantes de la minoría, aun siendo válidos, no sean fuertemente sostenidos.

Este temor ha sido expresado en principio en el siglo XIX por Tocqueville (1835/1945), quien previno que en una sociedad de iguales, los individuos pertenecientes a las minorías podían ser dejados "solos y desprotegidos" en contra de la mayoría dominante (p. 138). A lo largo del siglo XX, el problema de la conformidad a la mayoría ha sido un tema recurrente, tanto en la crítica social como en la ciencia social (White, 1961; Allen, 1975).

Noelle-Neumann (1984) reafirmó estas preocupaciones en la investigación de opinión pública, refiriéndose al retiro de la minoría a causa de la presión de la mayoría como "una espiral de silencio".

Muchos analistas han alertado de que el poder de la mayoría podría llegar a ser cada vez más problemático. "La opinión pública mayor ha gobernado", Bryce (1888) sugería, "lo más absoluto es la autoridad de la mayoría por llegar a ser, los menos probables son las vigorosas minorías por surgir, los más son políticos deseosos de ocuparse no en formar opinión, sino en descubrirla y apresurarse a obedecerla" (p. 23). La respuesta al problema, Bryce y otros críticos han propuesto, es la propia socialización democrática y la educación (ver Lowell, 1913). Una democracia debe cultivar una individualidad vigorosa para asegurar que las preocupaciones minoritarias sean adecuadamente ponderadas.²

Susceptibilidad a la persuasión. Un cuarto problema se centra en la susceptibilidad del público ante la persuasión, en particular a atractivos altamente emocionales y no racionales. Esta preocupación parece estar justificada. El grado al cual los atractivos emocionales son parte de la política ha sido observado con regularidad (Kornhauser, 1959; Edelman, 1964). Lippmann (1925), para tomar un ejemplo primario, notaba que "la realización de una voluntad en general, dentro de una multitud de deseos separados no es un misterio hegeliano, como muchos filósofos políticos han imaginado, sino un arte bien conocido por los líderes, políticos y comités de vigilancia. Consiste esencialmente en símbolos que ajustan emociones después de que han sido separadas de sus ideas" (p. 47).

El éxito de los regímenes fascistas en Europa entre las guerras mundiales, se basó en el uso extensivo que hicieron de las comunicaciones en masa, aportando un tremendo interés entre los científicos sociales norteamericanos por el análisis de la propaganda y la persuasión. El pánico causado por la radiodifusión por Orson Welles de *La guerra de los mundos* de H. G. Wells en 1938 (Cantril, Gaudet y Herzog, 1940) hizo evidente que las posibilidades de los medios para precipitar conductas irracionales masivas eran considerables. Sin ser sorprendente, a través de este siglo, la investigación sobre la opinión pública y la preocupación acerca de la persuasión masiva han ido de la mano. Desde 1927, cuando Lasswell publicó su influyente texto *La técnica de la propaganda en la guerra mundial*, hasta bien entrados los años 50, el estudio de la opinión pública y de la propaganda estaban estrechamente relacionados. Muchos de los expertos en el campo incluían la palabra propaganda en sus títulos (p.e., Smith, Lasswell y Casey, 1946; Doob, 1948; Katz, Cartwright, Eidersveld y Lee, 1954).

El dominio de las élites. Aunque algunos han temido una alta concentración de poder en manos del público, muchos otros se han preocupado de que se les concede muy poco. Una tercer causa de preocupación sobre la opinión pública en las democracias modernas es lo que Ginsberg (1986) ha denominado "la domesticación de la opinión de las masas". El problema a considerar aquí es el incremento de la pasividad por parte del público, lle-

vándole de diferentes maneras a su dominio por parte del gobierno y las élites corporativas. Mills (1956), por ejemplo, concebía a la sociedad norteamericana estructurada en tres estratos jerárquicos: el primero, un estrato reducido de poder de la élite; el segundo, una colección cerrada de fuerzas políticas de contrapeso; y el tercero, una gran masa —creciente y sin fuerza— de ciudadanos. Lejos de disfrutar la discusión idealizada y de libre flujo del debate democrático, Mills sostenía, la población norteamericana ha sido transformada por los medios masivos en un *mercado* que consume, más que en un *público* que produce ideas y opiniones (ver también Habermas 1962/1989; Gitlin, 1978).

Otras formas de dominación han sido propuestas por críticos contemporáneos, quienes ven diferentes mecanismos de control de la élite (p.e., Herman y Chomsky, 1988). Ginsberg (1986) ha sostenido que con el advenimiento de la democracia electoral, la relación tradicionalmente hostil entre el pueblo y su gobierno ha sido sustituida por la dependencia. Ahora la gente apoya voluntariamente al Estado y ha ido dependiendo de manera creciente de sus servicios. Como lo dice Ginsberg, "con el desarrollo de las instituciones electorales, la expresión de la opinión de la masa llegó a ser menos disruptiva; cuando los ciudadanos empezaron a ver al gobierno como una fuente de beneficios, la opinión empezó a perder su hostilidad fundamental ante la autoridad central... de manera breve, los regímenes occidentales transformaron a la opinión de la masa de ser hostil, impredecible y una fuerza con frecuencia desestabilizadora, en un fenómeno menos dañino y más manejable (p. 58). Ginsberg ve a la industria de las encuestas de opinión en sí misma, y a pesar de sus intenciones declaradas de incrementar la voz democrática de la gente (Gallup y Rae, 1940), como parte central de este proceso de domesticación. En líneas similares, Habermas (1962/1989) sostiene que los mecanismos de formación de consenso político en las naciones democráticas modernas, como las encuestas regulares y las campañas de elección popular —aunque ciertamente aseguran una presión periódica hacia los gobiernos para satisfacer necesidades básicas de la población— no promueven, y pueden incluso suprimir la argumentación racional o la discusión popular amplia, características de una esfera verdaderamente pública (pp. 211-222; ver también Crespi, 1989, pp. 93-130).

Hay otros puntos importantes también, pero estos cinco han atraído de manera continua la atención. En un nivel general, la pregunta clave es si los procesos de opinión pública en su operación natural son de hecho democráticos en el sentido implicado por las nociones iniciales de la Ilustración; en otras palabras, si la opinión pública "verdadera", o la que influye las elecciones públicas (Key, 1961), está en realidad moldeada por un igualitarismo, la comunicación de base de asuntos públicos y las ideas de quienes hacen las políticas. En la medida en que dirijamos nuestra discusión de los tratamientos científico-sociales de la opinión pública, veremos no solamente cómo los investigadores de la opinión pública han enfocado su trabajo conceptualmente, sino que también han hecho luz de diferentes maneras en estas cuestiones.

Notas

¹ La disertación doctoral de Palmer de 1934 (resumida en Palmer, 1936) es un análisis que se cita con frecuencia en la historia del concepto de opinión pública. Otros tratamientos históricos útiles incluyen a Speier (1950), Gunn (1983), Ozouf (1988) y Baker (1990). Tratamientos más completos aparecen en Noelle-Neumann (1984) y Habermas (1962/1989). Aunque menos relacionado con la opinión pública en sí, los trabajos sobre teoría democrática, como los de Schumpeter (1943), Pateman (1970), Dahl (1956, 1971, 1985) y Held (1887, esp. pp. 13-143) tienen también valor en la comprensión del desarrollo del concepto.

² La cultura de la individualidad puede introducir sus propias dificultades. Una de ellas, discutida por Lowell (1913), ocurre cuando, tras un debate razonable, el juicio de la mayoría es rechazado completamente por una minoría irreconciliable. Una democracia requiere, según Lowell, un balance entre tolerancia a los puntos de vista de la minoría y la aceptación de la voluntad de la mayoría (ver la discusión de la doctrina de la armonía de intereses, pp. 28-29).

Capítulo 3

Conceptualización de lo Público

La concepción más común de opinión pública actualmente la equipara a ésta con una agregación más o menos directa de opiniones individuales, o "lo que las encuestas de opinión tratan de medir" (P. Converse, 1987, p. S13; Childs, 1939; Minar, 1960). Cuando comparamos esta noción con las que prevalecían al inicio del siglo XX, vemos un gran contraste. Los primeros analistas estaban lejos de considerar a la opinión pública como inherentemente colectiva, como un fenómeno supraindividual, o, como Cooley (1909) dijo, "como un producto cooperativo de comunicación e influencia recíproca" (p. 121). Aunque el surgimiento de las encuestas de opinión tenderían posteriormente a individualizar el concepto —acercándolo a la línea mayoritaria discutida anteriormente—, la opinión pública era vista comúnmente al inicio de 1900 como un tipo especial de producto de nivel social —no una colección de opiniones públicas separadas, sino más bien la opinión de un público.

Esta tendencia a concebir la opinión pública en términos supraindividuales fue característico de la época. Los estudiosos de la vida humana, social y psicológica de principios del siglo, tanto en Europa como en Estados Unidos (p.e., Tarde 1890/1903; James 1890; Baldwin 1893; LeBon 1895/1960; Cooley 1902/1909) estaban muy intrigados por las manifestaciones de conducta colectiva que hacían típica a la época: multitudes espontáneas, huelgas, manifestaciones masivas y revueltas. Los analistas también estaban fascinados por el papel que los medios modernos de comunicación —principalmente la prensa— parecían jugar en el moldeamiento y

orientación de la "psicología de las masas". Estaban en contra de una caída del interés intelectual general en fenómenos como la conducta de las masas y multitudes que los intentos anteriores para proporcionar un tratamiento científico-social de la opinión pública llegaron a parecer.

El propósito de este capítulo es revisar dichos tratamientos iniciales e influyentes de el *público* —concepciones que identificaban a la opinión pública de manera muy cercana con la conducta colectiva y que se enfocaban principalmente en la explicación de la naturaleza sociológica del público como un grupo estructurado de manera transitoria (Park, 1904/1972; Blumer, 1946; Davison, 1958; Foote y Hart, 1953). Es central a estos tratamientos la noción de que la opinión pública puede ser vista como parte de un proceso social mayor, como un mecanismo a través del cual la sociedad estable se adapta a las circunstancias cambiantes a través de la discusión y del debate. Se presta igualmente particular atención al concepto de un *asunto* público, especialmente a la manera en que lo público, como entidad social en desarrollo, teóricamente se forma a través del tiempo con argumentos espontáneos, discusión y la oposición colectiva hacia un asunto. Por estas razones los autores posteriores se han referido algunas veces a esta conceptualización de lo público como un modelo *discursivo* (Young, 1948; Bogardus, 1951; Price y Roberts, 1987; Price, 1988). Aunque el marco conceptual tiene ahora casi cien años, sigue influyendo, con frecuencia de manera indirecta, el pensamiento actual sobre la opinión pública a lo largo de una variedad de disciplinas (en politología, por ejemplo, ver Nimmo, 1978, pp. 238-240; Cobb y Elder, 1983, caps. 5 y 6).

Con este fuerte énfasis en la opinión pública como algo que emerge del debate, esta formulación sociológica es en varios aspectos descendiente directa de las ideas de la Ilustración del siglo XVIII discutidas anteriormente. Pero el marco analítico propuesto por Park (1904/1972) y refinado por Blumer (1946) representó un avance en varios aspectos importantes. Desarrolló un interés científico general en la comprensión de la relaciones sociales y humanas buscando comprender la opinión pública a la luz de su significado social más amplio.¹ Más importante incluso, fusionó ideas político-filosóficas previas acerca de la opinión pública (p.e., la noción de que la opinión pública expresa la "volun-

tad general") con preocupaciones sociopsicológicas modernas, formando de esta manera un puente con estudios científicos sociales sobre actitudes y opiniones (capítulo 4). El modelo discursivo orientado sociológicamente sigue arrojando luz conceptual sobre las maneras en que la opinión pública es fundamentalmente de naturaleza *comunicativa* (Price, 1988), y nos da un punto de avanzada en la investigación de diferentes entidades que son equiparadas diferencialmente con lo público en la investigación contemporánea sobre la opinión pública. El objetivo en la última parte de este capítulo es revisar a la luz de estas concepciones sociológicas de lo público, el amplio rango de agrupamientos colectivos —como las élites, públicos problema, el público atento y el público general— que se invocan comúnmente en la investigación empírica sobre la opinión.

El propósito no es ponerse en favor o en contra de alguna concepción en particular de lo público (ver Key, 1961), sino simplemente señalar las formas en que los investigadores y analistas siguen empleando una variedad de conceptos de nivel colectivo y definiciones operacionales para describir y analizar lo público.²

I. Multitud, público y masa

Es útil tener en mente que las concepciones sociológicas de lo público se desarrollaron originalmente una tras otra con la nueva ciencia de la psicología de las multitudes al final del siglo XIX y principio del XX. Moscovici (1985) sostiene que toda la psicología social moderna puede rastrearse en los intereses surgidos durante ese periodo acerca de la "masificación" de la sociedad y sus enfermedades correspondientes: las explosiones de violencia, el pánico masivo y otros indicadores vívidos de la "transformación radical" que la gente podría soportar en situaciones colectivas (p. 347). El problema por resolver era cómo individuos de otra manera civiles, podrían transformarse en masas iracundas y en manifestantes entusiastas. La cuestión fue abordada por Le-Bon (1895/1960) en su influyente texto *La psychologie des foules (la multitud)*, en donde buscó establecer el terreno para una ciencia de la psicología de las multitudes.

Aunque actualmente se menciona de manera casual el concepto de *la multitud*, éste destaca y refleja algunos de los aspectos esenciales de dos conceptos colectivos contemporáneos: *la masa* y *el público*.

La multitud. En apoyo al estudio científico de las multitudes, LeBon (1895/1960) identificó que el surgimiento de "las clases populares" en la vida política fue quizá el desarrollo más significativo en la sociedad moderna (p. 9). Observó que la multitud es uno de los mecanismos principales a través de los cuales presionaban continuamente sus demandas políticas, y con violencia y destrucción elevada. "El derecho divino de las masas", observó, "está cerca de reemplazar el derecho divino de los reyes" (p. 10). Una comprensión científica de las multitudes y las formas como se comportan, ocupará por esta razón un lugar central en el estudio de la sociedad moderna.

La "ley de la unidad mental de las multitudes" de LeBon mostró los descubrimientos psicológicos de la época, especialmente las ideas de la hipnosis y la sugestión inconsciente. Identificó tres causas básicas de la conducta de la multitud. Primero, el anonimato que significa estar en una multitud disminuye las restricciones civiles sobre los instintos más básicos de las personas. Segundo, las emociones y acciones se esparcen rápidamente en virtud del "contagio" y la imitación espontánea (ver también Tarde, 1890/1903). Tercero, y más importante, la "personalidad consciente se desvanece" bajo la influencia de la multitud, y el individuo llega a ser sujeto de la persuasión inconsciente y la sugestión —esto es, esencialmente hipnotizado por la voluntad colectiva de la multitud (LeBon, 1895/1960, p. 27; Park, 1904/1972, p. 50). Es este estado hipnótico el que permite a una multitud actuar al unísono, con frecuencia con efecto terrorífico.

Los analistas posteriores de la conducta colectiva no necesariamente comparten las amenazantes caracterizaciones de LeBon de la vida en la "era de las multitudes", y la mayoría abandonó su marco conceptual de la hipnosis. No obstante, siguieron no menos interesados en las asociaciones semejantes a la multitud estructuradas de manera abierta y las diferentes funciones sociales a las que sirven (p.e., Blumer, 1946). En la medida en que el campo de la conducta colectiva se desarrollaba, pasó a considerar no sola-

mente las multitudes, sino también muchas formas similares como las modas pasajeras y los movimientos sociales. Foote y Hart (1953) sostenían que las diferentes clases de conducta colectiva, incluyendo los fenómenos del tipo de la multitud, podían estar implicados de manera central en la formación de la opinión pública, particularmente en sus etapas más tempranas. Sugerían que los analistas se podrían beneficiar de la atención a esos procesos colectivos relativamente indefinidos, exploratorios o tentativos, a partir de los que la acción social es más organizada y racional tal como eventualmente emerge el debate (p. 309). Incluso, muchos conceptos del campo de la conducta colectiva, como sucede con la idea general de la multitud, nunca se han usado de manera consistente en estudios de opinión pública. Más bien, la multitud ha servido principalmente como una clase de contraconcepto en contra del cual se define lo público.

El público. El mérito de Park en lo conceptual (1940/1972) fue que concibió a la multitud y al público como fundamentalmente similares en un aspecto clave: ambos son mecanismos para el cambio y la adaptación social —formas sociales transitorias tomadas por los grupos sociales para "transformarse a sí mismos" en nuevas organizaciones. Incluso, la multitud y el público pueden servir ambos como rutas iniciales para la creación de entidades sociales totalmente nuevas; en otras palabras, métodos a través de los cuales las personas de diferentes grupos establecidos pueden organizarse en grupos nuevos (p. 79). Tanto la multitud como el público son dominados por una clase de fuerza colectiva, o voluntad general que —Park propuso—, no obstante, no ha asumido el estatus de una norma social clara. Por esto mismo no puede considerarse una sociedad. El público y la multitud no son grupos formalmente organizados, sino que son "etapas empíricas preliminares" en el proceso de la formación de grupos (p. 80).

Por otro lado, hay diferencias conceptuales importantes entre una multitud y un público. Park (1904/1972) sugirió que la multitud se caracteriza por la unidad de la experiencia emocional (siguiendo a LeBon), mientras que el público se caracteriza por la oposición y el discurso racional. La multitud se desarrolla en respuesta a emociones compartidas; el público se organiza en respuesta a un problema. Para entrar a la multitud sólo se requiere "la

habilidad de sentir y empatizar", mientras que para unirse al público se requiere también "la habilidad de pensar y razonar con otros". La conducta del público pudiera ser guiada al menos parcialmente por un impulso emocional compartido, pero "cuando el público deja de ser crítico, se disuelve o transforma en una multitud" (p. 80).

YA
1.1
S
El concepto de lo público como una identidad colectiva elemental tuvo un tratamiento conceptual más completo quizá en Blumer (1946), quien amplió y clarificó el análisis anterior de Park. Blumer propuso que el término *público* se usa para referirse a un grupo de personas: (a) que están confrontadas por un problema, (b) que están divididas en sus ideas en cuanto a la manera de encontrar la solución, y (c) que se ocupan en la discusión de un problema" (p. 189; ver también a Mills, 1956, pp. 303-304, para una definición similar). El desacuerdo y la discusión que rodea un problema obliga a la gente a actuar colectivamente en respuesta, pero carece de normas o reglas que dicten claramente la clase de acción que se debe tomar. Como la multitud, el público "tiene carencia en los aspectos característicos de una sociedad" (Blumer, 1946, p. 193) y sus miembros no tienen estatus fijo (recuerde las nociones igualitarias prevalentes en el pensamiento del siglo XVIII). Como Blumer lo dijo, "el público es una clase de grupo amorfo cuyo tamaño y membresía varía con el problema; en lugar de tener su actividad prescrita, se compromete en un esfuerzo para llegar en un acto y de esta manera obligado a crear su acción" (p. 190).

De esta manera, de acuerdo con Blumer, acuerdo y contraargumento llegan a ser los medios por los que la opinión pública se conforma (p. 191). Para que tenga lugar esta argumentación es necesario un lenguaje común de términos fundamentales, "un universo de discurso". Las personas y grupos implicados necesitan ser capaces de tener en cuenta las posiciones de todos los demás y deben tener voluntad de compromiso para determinar un curso aceptable de acción colectiva (p. 191). Con todo, Blumer rápidamente reconoció que el debate público puede ser desde "altamente emocional y prejuiciado" hasta "altamente inteligente y reflexivo" (p. 192). Igual que Lippmann (1925), sugirió que el público está formado ordinariamente por grupos de interés por una parte, que se interesan de inmediato en la forma en que se resuelve el problema y que participan de manera activa en el logro de los

objetivos, y por la otra, un "cuerpo desconectado y espectador". Es el eventual alineamiento de los miembros menos interesados (mas no desinteresados) del público lo que finalmente determina cuál de las opiniones tendrá el predominio. En sus esfuerzos por obtener apoyo, los grupos de interés pueden subvertir parcialmente el discurso racional al intentar despertar emociones o provocar la desinformación. Sin embargo, en opinión de Blumer (1946), "el mero proceso de la controversia obliga una cierta cantidad de deliberación racional" que ayuda a asegurar un logro más o menos racional. De esta manera, "la opinión pública es racional, pero no necesita ser inteligente" (p. 192).

La masa. Como Park antes de él, Blumer (1946) observó que bajo las condiciones de una exaltación emocional común, el público pudiera transformarse en multitud, produciendo de esta manera un "sentimiento público" más que opinión pública. Con todo, sostiene que en los tiempos modernos el daño de que el público pueda transformarse en multitud preocupa menos que el que éste pueda ser "desplazado por la masa" (Blumer, 1946, p. 196). Un tercer agrupamiento colectivo elemental, la masa, se distingue de diferentes maneras de la multitud y del público. La masa está compuesta de individuos anónimos y está marcada por una interacción y comunicación muy pobres entre sus miembros. Es extremadamente heterogénea pues incluye personas de todos los estratos de la sociedad (Blumer, 1946, p. 185). La masa se encuentra ampliamente dispersa en lo geográfico. Está organizada más informalmente que la multitud o el público, y sus miembros no son capaces de actuar concertadamente.

Lo que reúne a la masa no es ni la emoción compartida (como en la multitud) ni el desacuerdo o la discusión (como en el público) sino más bien un foco común de interés y atención, uno que lleva a la gente más allá de los límites de su experiencia cotidiana.

"El objeto de atención de la masa", sugería Blumer (1946), "puede ser considerado como el de llevar el interés de la gente fuera de sus culturas locales y esferas vitales hacia un universo más amplio, hacia áreas que no están definidas o cubiertas por normas, regulaciones o expectativas" (p. 186). Esta atención compartida es el único lazo en común entre los miembros de la masa; no actúan bajo la guía de alguna suerte de voluntad colec-

tiva. Siendo incapaces (o indecisos) para comunicarse uno con otro excepto en las formas más limitadas, se les deja actuar separadamente. La masa "consiste meramente en una agregación de individuos que están separados, desprendidos, anónimos" y que actúan en respuesta a sus propias necesidades (pp. 186-187).

Blumer ofreció varios ejemplos de masas en la vida actual: los "que están exaltados por algún evento nacional, los que comparten una alza de la tierra, los que se interesan en el proceso de un homicidio en la prensa o los que participan en una gran migración" (p. 185). También sugería que la conducta de la masa estaba llegando a tener un gran significado en la moderna vida urbana e industrial como es en el crecimiento de la movilidad, los medios masivos y la educación; todos "han operado para separar a los individuos de sus lazos habituales y empujarlos a un mundo más amplio" (p. 187; Kornhauser, 1959; Escarpit, 1977). Peor aún, vio al público absorbido gradualmente por la masa: "la creciente separación de la gente de su vida local, la multiplicidad de los problemas de interés público, la expansión de las agencias de comunicación masiva junto con otros factores, han llevado a la gente a actuar cada vez en base a una elección individual más que a través de la participación en la discusión pública" (p. 196). Como resultado —Blumer sospechó—, el público y la masa podrían llegar a diferenciarse cada vez con más dificultad.

La preocupación de Blumer fue elaborada por Mills (1956), quien postulaba que la masa había ciertamente sustituido al público en la vida política norteamericana. Haciéndose eco de la visión "discursiva" de lo público. Mills observó que los canales de comunicación dentro del verdadero público están abiertos y son respondientes, permitiendo que la gente exprese y reciba opiniones. Partiendo de la noción de soberanía en la formación de lo público en la Ilustración (capítulo 2), sostenía que las instituciones autoritarias de la sociedad no penetran lo público, que es "de esta manera más o menos autónomo en su operación" (p. 304). Desafortunadamente, en opinión de Mills, las condiciones modernas parecieran en mucho más favorables a la masa más que a la opinión pública, por cuatro razones básicas:

En una masa, (1) mucho menos gente tiende a expresar opiniones que a recibirlas; para la comunidad de los públicos llega a ser una colección abstracta de individuos que reciben impre-

siones de los medios masivos. (2) Las comunicaciones que prevalecen están de tal manera organizadas que resulta difícil o imposible que el individuo responda inmediatamente. (3) La expresión activa de la opinión está controlada por las autoridades que organizan y controlan los canales de dicha acción. La masa no tiene autoridad sobre las instituciones; al contrario, los agentes de las instituciones autorizadas penetran esta masa, reduciendo cualquier autonomía que pueda tener en la formación de opinión a través de la discusión. (p. 304)

Así, en la valoración de Mills, existe poca discusión pública verdadera en la vida política moderna, y cualquiera que sea la discusión que ocurra, no puede ser considerada propiamente soberana en el sentido de su "universo de discurso" —para usar la expresión de Blumer—; ha sido en mucho circunscrita por los medios. Otros investigadores han sido más optimistas en cuanto a la comunicación pública (Katz y Lazarsfeld, 1955), pero la diferencia conceptual básica entre la masa y el público sigue siendo ampliamente compartida (ver Graber, 1982).

II. Problemas y públicos

La concepción sociológica de lo público lo concibe a éste como una colectividad organizada, no muy compacta, que surge en el curso de la discusión que rodea a un problema. En contraste con la masa, que deriva solamente de la atención común a algún asunto y que está marcado por las respuestas idiosincráticas formadas fuera de cualquier debate o discusión, lo público está marcado por la resolución colectiva de algún problema a través del argumento y del contraargumento. Una implicación mayor de esta concepción, ya evidente en las observaciones de Blumer (1946) y Mills (1956), es que los públicos discursivos representan sólo una pequeña porción del electorado moderno (Almond, 1956; Berelson, Lazarsfeld y McPhee, 1954; Rousseau, 1961; Key, 1961; Devine, 1970; Neuman, 1986). Otra implicación central es que el público no es una entidad fija. Cambia tanto en tamaño como en composición en la medida en que un problema se reconoce como tal, se mueve a través de la discusión, y eventualmente es resuelto (Blumer, 1946, 1948; Price y Roberts, 1987).

Fases de desarrollo. El modelo discursivo formulado por Park y Blumer es esencialmente de naturaleza desarrollista, sosteniendo que la opinión pública se forma a través de una secuencia de etapas (Bryce, 1988; Foote y Hart, 1953; Davison, 1958).³ En estas líneas, Foote y Hart (1953) identifican cinco fases colectivas en la formación de la opinión pública. Primero, se encuentra la *fase problema*, en donde alguna situación es determinada como problemática por una persona particular o grupo, y con el tiempo generalmente llega a ser entendida como tal.

Durante esta etapa inicial, una falta de definición rodea tanto al problema como a sus consecuencias, y por esta razón, el público relevante no está determinado. Como Foote y Hart sugieren, "público y problema emergen juntos en el curso de la interacción" (p. 312). Tal interacción permanece indefinida y tentativa en este punto, porque "con frecuencia la gente no sabe lo que quiere en una determinada situación" (p. 317). Hacia el final de la fase inicial, sin embargo, un problema ha cristalizado en un punto de discusión reconocido, y la gente involucrada —el público de este asunto— tiene alguna comprensión de lo que desea. Pero puede no saber aún de manera completa la forma de obtenerlo. De esta manera llega la segunda etapa, la *fase propositiva*, en la que se formulan una o más líneas potenciales de acción para responder al problema. De nuevo, una considerable ambigüedad puede rodear al proceso, porque así como surgen ideas, igual son descartadas. Aunque más claramente discursiva que la primera, la fase propositiva comprende "algunas de las características de la conducta colectiva: movimientos de tanteo, emociones transitorias, olas esporádicas de rumor e influencia, reclamo desorganizado" (p. 313). A este punto del proceso, y de acuerdo con Foote y Hart, los miembros del público están sintiendo de manera colectiva las dimensiones de un problema y determinando una o más formas de resolverlo.

Después viene la *fase política*, la etapa en la que se debaten activamente los méritos y debilidades de las alternativas propuestas, habiendo sido ya determinadas. Esta es la fase más claramente identificable como discurso público, cuando los miembros más activos del público procuran apoyo de los menos comprometidos, tratando de construir consenso para sus propuestas.

Los encuestadores monitorean activamente las opiniones sobre el problema en esta fase, y en los medios aparecen editoriales y cartas en apoyo o en oposición a propuestas en particular. La fase política culmina eventualmente en una decisión para garantizar un determinado plan de acción, iniciando de esta manera la *fase del programa* durante la cual se ejecuta el curso de acción aprobado. Finalmente hay una quinta etapa, la *fase de evaluación*, en la que periódicamente se hacen reevaluaciones de la efectividad de la política, particularmente por las minorías no muy convencidas que se formaron durante el curso del debate público. Aun si la política es exitosa en lo general, Foote y Hart (1953) sugieren, "la gente puede encontrar que lo que se buscaba después de todo no era lo que se quería, o que el logro que implica satisfacer deseos previos ha dado lugar a nuevos problemas no previstos" (p. 318).

Actores y espectadores. A lo largo de estas fases de desarrollo, el público cambia de tamaño, creciendo desde los pocos que al principio podían reconocer un problema hasta los muchos que eventualmente participan de alguna manera para resolverlo (Davison, 1958). El público también cambia en su composición, expandiéndose desde los más directamente comprometidos en definir el problema, acordando propuestas y debatiendo sus méritos, hasta los muchos otros que simplemente ven cómo se desarrolla la escena.

Tanto Lippmann (1925) como Blumer (1946) consideran al público en su naturaleza de doble nivel, compuesto tanto de elementos activos como de elementos relativamente pasivos. Lippmann hablaba generalmente de *actores y espectadores*. Los actores son aquella gente —ya sea funcionarios públicos o ciudadanos preocupados— que intenta influir directamente en el curso de los asuntos políticos. Identifica los problemas; propone soluciones y trata de convencer a los demás de sus opiniones. Los espectadores, por otro lado, conforman el *auditorio* de los actores, siguiendo sus acciones con diferentes grados de interés y participación (Dewey, 1927; Almond, 1950; Schattschneider, 1960).

Pero la diferencia entre actores y espectadores no es estricta, y "con frecuencia se presentan mezclas de los dos tipos de conducta" (Lippmann, 1925, p. 110).⁴ Incluso, la membresía de estos dos estratos cambia con cada problema. Como lo expresó

Lippmann, "los actores en determinado asunto, son espectadores de otro, y los hombres continuamente cambian de uno a otro papel" (p. 110).

Aunque difícil de definir con límites precisos, la diferencia entre actores y espectadores es no menos importante para los analistas de la opinión pública. Los debates públicos surgen principalmente de las acciones recíprocas de estos dos elementos.

Cuando hablamos de debates públicos, generalmente nos referimos a los asuntos de conflicto entre los actores (grupos o individuos, dentro o fuera del gobierno) que han conseguido ganar una amplia audiencia de espectadores. Los debates pueden originarse con pequeños grupos de gente que está en desacuerdo sobre algún asunto o que está presionando por un cambio, pero un problema o desacuerdo no llega a ser de amplia incumbencia —un problema público—, hasta que gana el interés y la atención del grupo mayor. (Davison, 1958; Lang y Lang, 1983; Taylor, 1986).

Expansión del debate público. El éxito en la ampliación del auditorio ocurre en parte, y quizá fundamentalmente, a causa de los esfuerzos concertados por los actores para publicitar sus conflictos y desacuerdos. Numerosos analistas han apuntado que la política consiste en gran parte en la creación y solución de problemas —el reclutamiento de públicos para problemas particulares o la definición de problemas de tal manera que los públicos no puedan formarse alrededor de ellos (Cobb y Elder, 1983, cap. 5; Taylor, 1986). Como Schattschneider (1960) mostró, "lo que pasa en la política depende de la forma en que la gente está dividida en facciones, partidos, grupos, clases, etc." (p. 62). Sobre estas líneas, la investigación experimental reciente sugiere que al alterar la imagen de los medios, de qué grupos sociales forman los polos opuestos sobre un tema puede producir diferencias en la forma en que el auditorio responde (Price, 1989). Los actores imprimen una considerable energía tratando de disponer el conflicto de manera que sirva a sus intereses.

Por otro lado, los temas no surgen sólo en razón de los esfuerzos de los actores. "Se hacen millones de esfuerzos", observa Schattschneider (1960), "pero un tema se produce sólo cuando la lucha es compartida" (p. 74).

¿Por qué algunos temas llegan a encontrar una audiencia amplia mientras que otros no? Son numerosas las líneas posibles de fisuras políticas dentro del electorado y, de acuerdo con Schattschneider, la *constelación* de posibles divisiones ayuda a determinar si un problema en particular surge eventualmente y divide al electorado. Muchos conflictos potenciales en la comunidad no llegan a desarrollarse en temas o problemas porque se encuentran trabados por fuertes antagonismos (p. 68), pero otros temas son "capaces de relacionarse ellos mismos hacia un número de personas con divisiones paralelas en la misma dimensión general" (p. 74). Las características de un tema en sí, como su complejidad, su significado social o las implicaciones a largo plazo, también pueden afectar la probabilidad de que se expanda desde el círculo de la preocupación por lo inmediato, hasta un público más amplio (Cobb y Elder, 1983). En cierta medida, estas características de los temas pueden ser manipuladas en el curso del debate. La clave del éxito político, Schattschneider sostiene, radica en las formas en que los actores definen un problema y los cursos alternativos de acción (1960, pp. 67-70). Las etapas iniciales de formación de la opinión pública —la fase del problema y la fase de la propuesta— determinan principalmente qué divisiones se activarán en el electorado, y así mismo, en qué amplitud y profundidad se dividirá el público durante la fase de la política.

Después de que se resuelve un problema. Al final de la fase política, una vez que se debate y se decide un tema, teóricamente su público disminuye debido al agotamiento y la comunicación reducida. Pero las asociaciones, alineamientos y las divisiones formadas a través de la respuesta pública a un problema persiste; los elementos altamente activos y organizados del público, una vez formados, pueden funcionar durante largos periodos de tiempo, tomando eventualmente un estatus cuasi-institucional (p.e., grupos de interés —como la Asociación Americana de Jubilados). El público remanente de un problema de esta manera forma el insumo para nuevos problemas y nuevos públicos. Es a partir del manejo público de una serie de problemas que surgen los partidos políticos y otros grupos de interés altamente organizados —con las doctrinas e ideologías que representan. Estos grupos y organizaciones relativamente estables forman un ante-

cedente lentamente cambiante en contra del cual el surgimiento y desaparición de problemas particulares y sus públicos se desgastan. Como Park (1904/1972) sugería, los públicos permiten a estos grupos estables adaptarse y cambiar en la medida en que habilitan la formación de asociaciones colectivas.

III. Observación de lo público

El público es una entidad difícil de identificar con precisión. Está organizado de manera libre a través de la comunicación que rodea un tema, incluye estratos tanto activos como pasivos, cambia de tamaño y forma en tanto se desarrolla, y pasa a y deja de existir al lado de un tema. No es nada casual que las exposiciones sobre la *naturaleza* de lo público sean problemáticas. Como Key (1971) observa, "en un problema el público puede consistir en un sector de la población; en otro puede ser un sector diferente. No puede esperarse mucho traslapamiento entre quienes se interesan profundamente en la política o hacia el juego de elevar los terrenos y quienes se preocupan sobre las prácticas de permiso a los plomeros" (p. 15). Es un reto de importancia primordial el cómo identificar tales públicos tan diferentes a través de un rango amplio para la investigación de la opinión pública.

Tratando de responder a tal reto, los investigadores en su intento de proveer estudios empíricos sistemáticos de opinión pública (p.e., Allport, 1937) terminaron descartando muchas de las nociones centrales del modelo discursivo.⁵ Ligado como está al concepto de lo público como una entidad amorfa y cambiante, el modelo sociológico resultó inapropiado para la descripción empírica (P. Converse, 1987) en la medida en que la investigación y el muestreo de opinión declinaron en los años 30 de este siglo la desalentadora tarea de observar empíricamente al público como un grupo estructurado fluido y complejo. De manera consistente con el modelo sociológico, llevó a su reemplazo por un enfoque mucho más manejable, esencialmente una concepción agregada de "una persona-un voto", formulación consistente tanto con las nociones mayoritarias de opinión pública (capítulo 2) como con los ideales democrático-populista (ver Gallup y Rae, 1940).

El modelo agregado más simple era ciertamente más práctico. Aunque los investigadores habían objetado y resistido periódicamente este cambio de conceptualización (más notoriamente Blumer mismo en 1948), existe poca duda de que haya habilitado a los investigadores para iniciar análisis empíricos y sistemáticos de las opiniones y actitudes de la población en general (capítulo 4). Pero el cambio en la perspectiva trajo cambios. El advenimiento de las encuestas de opinión y las investigaciones volvieron a dirigir la atención hacia lo social-psicológico como opuesto a las preocupaciones ampliamente sociológicas, y colocó los problemas de medición de la opinión de nivel individual en el centro del campo. Como Bogart (1972) observó, "el mundo de la opinión pública en el sentido actual, realmente inició con las encuestas Gallup de mediados de los años 30, y es imposible para nosotros referirnos al significado de opinión pública como era entendido por Thomas Jefferson en el siglo XVIII, por Alexis de Tocqueville o por Lord Bryce en el XIX —o incluso por Walter Lippmann en 1922" (p. 14).

¿Es, sin embargo, "imposible retroceder", como Bogart dice? En muchas formas, el modelo sociológico de lo público, aunque eclipsado por nociones de agregación posteriores a la llegada de la encuesta, nunca se abandonó por completo. Aunque es cierto que ahora estamos dispuestos a entender la opinión pública como lo que "las encuestas tratan de medir", los estudiosos serios del fenómeno (incluyendo aquellos que eran instrumentales en el avance de la técnicas de investigación), han continuado con cierta incertidumbre sobre las clases de procesos colectivos analizados por Park, Blumer y otros (ver p.e., Berelson, 1950; Stouffer, 1955). Los investigadores contemporáneos de la opinión pública no están de acuerdo sólo con adoptar el método de investigación, obligados necesariamente a considerar la opinión pública como un agregado de "opiniones ponderadas igualmente de individuos dispares" (cf. Blumer, 1948).

La tecnología de la encuesta de opinión ha contribuido ciertamente para la existencia de dicha concepción, pero no exige que los analistas apliquen algún modelo conceptual particular a los datos recolectados en la encuesta. Existe la idea de construir alguna otra medida de opinión pública, por ejemplo, perfilar en grupos selectos dentro de la muestra total o ponderar diferen-

cialmente de acuerdo con el involucramiento en la aceptación o participación activa (ver Schuman y Presser, 1981, cap. 9). O si uno cree que ciertos aspectos colectivos de la opinión pública no pueden ser observados en absoluto a través de la medición de los individuos constituyentes, pueden emplearse otras técnicas, como por ejemplo el análisis de contenido (capítulo 5). Decir que la importancia de la encuesta ayudó a establecer concepciones agregadas de la opinión pública, es no decir gran cosa sobre la inherente propiedad de las técnicas de investigación como una forma de observación, sino sólo algo acerca de la forma característica de interpretar tales investigaciones. Como veremos más adelante, no todos los investigadores —aun los encuestadores— se adhieren al modelo de una persona, un voto.

La verdad del asunto es que los analistas de "lo público" hoy pueden equiparlo, diferentes situaciones de investigación de por medio, con colectividades muy diferentes. Algunos lo equiparan con aquellas personas y grupos que participan activamente en el debate público sobre un tema en particular; otros pueden considerar al público de manera más general como un sector de la población que parece informado o estar atento a los asuntos públicos en general; otros incluso pueden equiparar al público ampliamente con el electorado, o aún más, con la población como un todo.⁶

El público general. Una concepción dominante de lo público es que éste se corresponde con una población dada en su totalidad. En el número inaugural de la *Revista trimestral de opinión pública*, (*Public Opinion Quarterly*) Allport (1937) presentó un influyente bosquejo del futuro de la investigación de la opinión pública. Sostenía que cualquier concepto de lo público que no sea totalmente inclusivo —que no incluya cada individuo en una población dada— es muy ambiguo. Allport conceptualizó al público como una población definida por lo geográfico, la comunidad, la jurisdicción política y otros límites. Como él lo asentó, "las opiniones son reacciones de los individuos; no pueden ser asignados a públicos sin llegar a ser ambiguos y poco claros para investigación" (p. 9). La identificación que Allport hace de lo público, se estableció firmemente en círculos de investigación y puede ser visto como la noción presente de la mayoría de las prácticas de encuestas (ver también Childs, 1939, 1965).⁷

Philip Converse (1987) apunta que la disposición de adoptar esta concepción de lo público se debió no solamente a su practicidad. Los pioneros de las encuestas y estudios de opinión que trabajaron en los años 30 —George Gallup, Elmo Roper y Archibald Crossley, entre otros— "eran de fuertes principios democráticos y favorecían el que se proporcionara un medio para que la voz de la gente pudiera ser escuchada con claridad por quienes están en el poder" (P. Converse, 1987, p. S15). El compromiso de considerar al público como incluyente de todos los miembros de la sociedad era una decisión demócrata y populista.

Pero el "público general", cuando se equipara con la población general, no es claramente un público en el más tradicional sentido del término. Cincuenta años de investigación han confirmado abrumadoramente las primeras sospechas de Bryce (1888) y Lippmann (1922) de que el grueso de la población general se encuentra tan desinteresada como desinformada sobre la mayoría de los asuntos que podrían convertirse en asuntos públicos (ver p.e., Erksine, 1962; Centro Times Mirror para el Pueblo y La Prensa [Times Mirror], 1990). Key encontró en 1961 que casi 10% no ponía atención en absoluto ni siquiera a las campañas presidenciales más importantes. La expresión del voto en elecciones presidenciales ahora se acerca a 50%. Neuman (1986) concluye que aproximadamente 66% de la población norteamericana tiene poco o nulo interés en la política (p. 10; Kinder y Sears, 1985). En algunas estimaciones, algo así como 33% de las opiniones reunidas en estudios a la población general pueden ser solamente respuestas de la "punta de la cabeza", ofrecidas sin el beneficio de una reflexión o discusión previa (Bishop, Oidendick, Tuchfarber y Bennett, 1980; Graber, 1982; Neuman, 1986). En consecuencia, es difícil de aceptar al total de la población como un grupo enfrascado en consideraciones o discusiones reflexionadas de la mayoría de los temas. Las opiniones dadas a los encuestadores son con frecuencia respuestas desorganizadas, desconectadas e individuales que se forman fuera de la arena del debate público. En otras palabras, hay opiniones masivas. Como Crespi (1989) dice: "al tratar a la opinión pública como la suma de las opiniones de los *individuos* que forman el electorado, más que como una fuerza que emerge de la sociedad organizada, los encuestadores, implícita o explícitamente, defi-

nen sus tareas como la medición de la opinión pública en la sociedad de masas" (p. 11).⁸

No es para decir que las opiniones recogidas del público general carezcan de sentido o que no tengan consecuencias en la solución de problemas públicos. Aun las pseudoopiniones irreflexivas —aunque claramente no son opiniones públicas razonadas que se beneficien de la deliberación o discusión amplia— pueden ser esfuerzos significativos para responder a las preguntas del estudio (Bishop *et al.*, 1980; Schuman y Presser, 1981). Además, el mero hecho de que la encuesta de opinión haya llegado a ser un actor institucional en la realidad política (Sabato, 1981), probablemente le ha dado a la opinión de la mayoría una importancia mayor en la definición de las políticas.

Aunque se reconoce que la opinión de la mayoría es superficial en muchos aspectos y se ha observado que se desvía ampliamente de la opinión pública efectiva en algunos casos (p.e., el problema del control de armas; ver Schuman y Presser, 1981), la población como un todo sigue siendo equiparada con el público en muchos tratados.

El público votante. Otra entidad comúnmente identificada con el público es el *electorado* —un colectivo todavía masivo y relativamente indiferenciado pero que llega a representar 70% de la población norteamericana en algunos casos (p.e., en elecciones municipales) y aun porcentajes menores. Directamente en línea con la teoría democrático-representativa (capítulo 2), el electorado es una de las definiciones más comunes de lo público, y los logros electorales son quizá los ejemplos más visibles de la opinión pública en la sociedad norteamericana.

Sin embargo, dada la variabilidad en la concentración del votante en las elecciones, el problema de identificar dicho sector de la población general más dispuesto a votar en un caso particular, presenta dificultades para los encuestadores —un ejemplo simplificado del problema mayor inherente a la localización empírica de los públicos variables, como se concibe en el modelo sociológico, a través de diferentes asuntos.

Ciertamente, la habilidad de las encuestas para predecir resultados electorales ha sido durante mucho tiempo tomada como un indicador de su validez general. Donde hay una concentra-

ción uniformemente alta, las muestras probabilísticas de la población general serán buenas. Pero una fuente de error que se reconoce en las predicciones de los resultados electorales es la baja concentración del votante (Crespi, 1989; Cantril, 1991). A causa de que muchos entrevistados en los estudios masivos probablemente no voten, los encuestadores algunas veces intentan ocultar a los abstencionistas cuando preparan sus proyecciones. Se han desarrollado técnicas para ajustar las estimaciones del estudio preelectoral para considerar la probabilidad de votar (p.e., Traugott y Tucker, 1984), pero hasta ahora han sido adoptadas por muy pocas organizaciones de encuestas (Crespi, 1989).

Sin duda el acto de votar es una clara expresión conductual de la opinión, y puede incluso ser tratado como una forma de participación en el debate público (aunque restringida por las alternativas electorales particulares ofrecidas). Sin embargo, el hecho de que una persona haya votado en una elección no debería en modo alguno ser tomado como indicador de que dicha persona se haya ocupado en considerar los problemas claves. La investigación indica que muchos votantes llegan a las encuestas sin mucha información para orientar sus selecciones. "La imagen de votantes desinformados en la urna electoral fijándose en vano en sus zapatos en busca de señales que les ayuden en su decisión de voto es con toda probabilidad una hipérbole" (Neuman, 1986, p. 173). O como Key (1961) propuso, "una proporción sustancial de la ciudadanía ... puede 'poner atención' en la manera como funcionan las elecciones, y pueden tener 'interés' en las campañas. Este compromiso tiende a conllevar algún sentido de compartir el proceso electoral ... No obstante, las actividades asociadas a este sentido de compromiso son de un orden diferente a las de los públicos altamente atentos cuyos miembros pueden estar especialmente bien informados y en contacto cercano con los procesos públicos" (p. 547).

El público atento. Del 70% aproximado de la población general que vota al menos ocasionalmente, sólo 50% está al tanto de los problemas públicos (p.e., Devine, 1970). Al reconocer el hecho de que el electorado incluye a muchos de quienes generalmente no están políticamente comprometidos o activos, Almond (1950) sostiene que es necesario observar a un cuerpo mucho más pequeño de

ciudadanos para tener respuestas realistas a las preguntas de cómo la opinión pública moldea la política real. En su análisis de la conformación de la política exterior, identificó a un grupo al que denominó el público atento, "que está informado y se interesa en los problemas de política externa y que constituye el auditorio para las élites de la política exterior" (p. 138). De manera más general, Key (1961) postuló que un pequeño número de ciudadanos de la población mayor tenderá a "manifestar un gran interés en las campañas y también mantendrá un interés continuo en el curso de la acción entre una y otra campaña" (p. 544). Como Devine (1970, p. 34) lo resumió, "el público atento se concibe como el público relevante para el sistema político norteamericano." Este es el grupo que se interesa de manera continua en los asuntos políticos, se compromete conscientemente en los asuntos públicos y ocasionalmente platica con otros sobre tales asuntos". Estos otros son los espectadores sobre quienes Lippmann (1925) escribió. La investigación sobre la atención a las noticias políticas confirma la opinión de que hay un estrato razonablemente estable de la población que pone atención a los asuntos públicos.

Ciertamente, y por diferentes clases de razones, el público atento varía en tamaño, pero para las noticias políticas cotidianas, los grupos de atención son más bien pequeños (p.e., Robinson y Levy, 1986; Times Mirror, 1990). Price y Zaller (1990) analizaron los patrones en la atención a las noticias a través de 16 diferentes notas de tipos variables (desde ítemes sobre política internacional hasta noticias sobre tramas del televangelista Jim Baker y la actriz Zsa Zsa Gabor). Los predictores más sólidos y consistentes del estar al tanto, incluso para notas no políticas, resultaron ser una medida global del conocimiento político. El conocimiento de y la atención a asuntos políticos parecen ir de la mano, y la población parece estar bien estratificada a lo largo de este continuo información-atención (Neuman, 1986; Price y Zaller, 1990).

¿Cómo identifican los investigadores al público atento como grupo? Devine (1970) utilizó cinco medidas de estudio: (1) interés reportado en política en lo general, (2) interés en campañas de elecciones federales, (3) plática sobre política, (4) exposición a noticias en el periódico sobre política y la (5) lectura sobre temas políticos en revistas. Sobre esta base, clasificó alre-

dedor de un tercio del total de la población como generalmente atento (p. 55; ver también Kingdon, 1970). Devine encontró que el grupo era bastante heterogéneo, aunque como podría esperarse, las variables socioeconómicas están claramente relacionadas con la membresía en el público atento. Los miembros de este grupo son mucho más activos que otros en los debates públicos, es más probable que participen en manifestaciones o usen botones de campaña, y es diez veces más probable que escriban oficios públicos (Devine, 1970, p. 119). Dado esto, podemos esperar que una lectura de cartas al editor podría evidenciar un número desproporcionado de miembros del público atento. Sin embargo, es principalmente por su atención a los asuntos públicos, más que por su actividad, por lo que se distingue.

El público activo. Un grado superior del interés y actividad públicos es un grupo mucho menor que puede ser llamado el *público activo* y que puede ser de alrededor de 15% del público atento (ver Neuman, 1986). Estos son los actores en el esquema conceptual de Lippmann (1925). Así como con las diferenciaciones iniciales entre el público general y público atento, sin embargo, la delimitación entre los activistas políticos y el público más bien espectador "debe ser considerada como zona gris más que como una línea bien definida" (Key, 1961, p. 543). El compromiso de este grupo en los asuntos políticos incluye tanto los medios formales de participación política —contribución monetaria, membresía organizacional y asistencia a reuniones, por ejemplo— así como la participación informal muy activa, como la discusión y debate público con otros.

El término *élite* se usa con mucha frecuencia para referirse a los miembros mucho más activos de la población (p.e., Campbell, Converse, Miller y Stokes, 1960). Por ejemplo, Key (1961) define a la élite política "en un sentido amplio para incluir a los líderes políticos, funcionarios gubernamentales, activistas de partidos, formadores de opinión y otros de ese estrato de la sociedad vagamente definido que habla y actúa en roles políticos" (p. 259). Esta concepción se ajusta en mucho a la idea de Lippmann de los actores. Como Key dice, "la élite política —los oradores, los persuasores, los abogados, los opositores— intermedia entre el mundo de los eventos lejanos y complejos y la masa del

público" (p. 261). De manera similar, cuando Almond (1950) usa el término *élite* se refiere al "estrato articulado orientador-de-políticas de la población que da estructura al público" (p. 138). Dentro de este estrato, Almond simplificó varias clases diferentes de élites: el liderazgo político oficial (las élites políticas), miembros de los cuerpos profesionales que gozan de poderes especiales en virtud de su familiaridad y contacto con el gobierno (élites burocráticas), representantes del sector privado, grupos orientados-a-la-política (élites de interés) y las élites de la comunicación, que incluyen no sólo a los medios masivos, sino también a los líderes efectivos de opinión, quienes usan los canales interpersonales —miembros del clero, presidentes de clubes y líderes de órdenes fraternas y otros semejantes (pp. 139-140). Estos miembros del público activo compiten en el *mercado de opinión* (esto es, entre el público atento) en busca de apoyadores y seguidores de sus causas.

Analistas como Almond y Key generalmente equiparan la opinión de la élite con la opinión efectiva. El público activo es directamente más responsable de las líneas de acción gubernamentales. Como Almond dice, "uno podría casi aceptar que 'quien mueve las élites, mueve al público'. Tal formulación podría al menos estar más cerca de la verdad que algunos de los mayores reclamos de las ideologías democráticas" (1950, p. 138).

A causa de su amplia influencia en muchas decisiones políticas, la división y competencia interna entre las élites son determinantes en el funcionamiento de un gobierno democrático (Dahl, 1961). La interpretación de los hallazgos empíricos implicados en este asunto están, sin embargo, sujetos a debate (ver Dahl, 1985). Aunque las clases superiores contribuyen de manera desproporcionada a la conformación del público activo, todavía están por encontrarse activistas de todas las clases (Key, 1961; Boynton, Patterson y Hedlund, 1969; Neuman, 1986). La heterogeneidad de la élite es crucial, porque las élites llegan a estar muy cohesionadas como grupo, y esto podría efectivamente cancelar cualquier oportunidad para la elección pública. Debe existir, en otras palabras, el pluralismo entre las élites: una multiplicidad de centros de poder con alguna autonomía e independencia económica (Key, 1961, p. 540; Mills, 1956).

Públicos tema. Las caracterizaciones del público atento y del público activo sugieren —y varios hallazgos empíricos parecen corroborarlo— la existencia de estratos generales dentro de la población, no muy claramente delimitados por niveles incrementados de interés, atención y participación en asuntos públicos dentro de un espectro de temas (Neuman, 1986). Pero el modelo sociológico del público —debemos recordar— supone un flujo algo considerable en el tamaño y composición de diferentes públicos para varios problemas. Ciertamente la variabilidad en la concentración del votante en las elecciones contiene cierta creencia en la idea de que el interés y actividad del público aumenta y disminuye con diferentes asuntos, y esta fluctuación en el tamaño del público puede ir de la mano con su organización. Las nociones de *públicos tema* y *públicos especiales* se refieren a este fenómeno (p.e., Almond, 1950). Las diferencias en los temas se pueden extender tanto a los espectadores como a los actores; si es así, podríamos hablar separadamente tanto de públicos tema activos como de públicos tema atentos.

Parece entonces haber una variabilidad sustancial entre los temas, por ejemplo, en la configuración del componente élite o activo del público. Las referencias al "estrato élite de la sociedad" pueden con frecuencia oscurecer el hecho de que segmentos muy diferentes de la población pueden llegar a ocuparse activamente en la resolución de diferentes problemas. Los grupos organizados claramente se relacionan a sí mismos con problemas particulares. La "Operación Rescate", por ejemplo, existe como respuesta al debate sobre el aborto, y "Madres en Contra de Manejar en Estado de Ebriedad" se formó para tratar cualquier otro problema. Sin duda existen tendencias globales para que los individuos en particular sean en lo general activos o no en política. Pero no deben ignorarse las diferencias sustanciales en la composición de la élite para cualquier tema particular (Key, 1961).

Resulta menos claro si el público atento es específico en cuanto a tema de manera similar. Parece haber variabilidad a partir de un tema al siguiente en la composición y tamaño de los públicos interesados. Como Key (1961) sostiene, más allá del público generalmente atento, con su interés en un rango de eventos políticos, "existe una población compleja de públicos especiales cuya atención se centra más o menos de manera continua en agencias

gubernamentales específicas o campos determinados de la política" (p. 544). Presumiblemente, la membresía en un público tema atento estaría basada parcialmente en el estar generalmente bien informado, pero también con un especial interés en un problema en particular o en un conjunto de temas. Problemas diferentes tienen consecuencias para diferentes personas, así que los públicos pueden formarse naturalmente a partir de dichos grupos afectados más directamente (Dewey, 1927). Un ejemplo sobresaliente de este fenómeno lo proporcionó el debate en el Congreso en 1989 sobre el posible rechazo del catastrófico programa de seguro de salud del gobierno. Las personas mayores de 64 años tenían dos veces la probabilidad que el resto de la población de estar enterados de dicho debate. Y aun en dicha población de mayor edad, también existía una muy fuerte relación entre el conocimiento general de los asuntos públicos y el conocimiento del debate sobre seguro de salud. Cerca de 75% de las personas mayores mejor informadas estaban al tanto del asunto, mientras que sólo 25% de quienes al menos estaban bien informados, estaban generalmente al tanto del tema (Price y Zaller, 1990).

La investigación reciente de Krosnick (1990) también indica claramente la importancia variable de diferentes asuntos para diferentes grupos de la población general. Krosnick encuentra que aun cuando sólo pequeños porcentajes de ciudadanos asignan altos niveles de importancia a algún asunto en particular, casi la mitad de los norteamericanos asignan gran importancia al menos a un problema. Encuentra incluso sólo débiles intercorrelaciones entre medidas de importancia entre diferentes asuntos, sugiriendo que ciertamente existen públicos atentos relativamente discretos, formados a partir de diferentes problemas. Por otro lado, también existe cierta evidencia que apoya la opinión de que el público atento es relativamente estable a través de diferentes problemas.

La investigación inicial sobre liderazgo de opinión, por ejemplo, encontró que el ser líder de opinión en cierto dominio estaba relacionado con ser igualmente líder en otro dominio (Katz y Lazarsfeld, 1955; Marcus y Bauer, 1964). La cuestión de la estabilidad general o la especificidad del tema del público atento es importante en lo conceptual, aun cuando está lejos de ser contestada empíricamente. Ciertamente podría afectar la manera en que uno

intenta tratar empíricamente la opinión pública, como por ejemplo en el diseño de campañas políticas. Una campaña puede concebirse como su público objetivo al público atento generalmente (como tal vez todas las campañas lo hagan), o intentar un enfoque más de tema específico, recurriendo a la gente que tiene particular atención hacia un problema dado.

Nuestra breve revisión señala así varias observaciones interesantes. Primero, existe un relativamente alto grado de consistencia entre el modelo sociológico de lo público como fue formulado a principios del siglo XX y el marco conceptual producto de las investigaciones empíricas recientes. Los cuatro mayores conceptos colectivos considerados en la investigación sobre opinión pública —el público general, el electorado, el público atento y el público élite o activo— corresponden de manera general a un continuo que va de la masa al público. Es dentro del tercer grupo —el público atento— que encontramos la mezcla de masa y público que Blumer (1946) predijo. Aunque podríamos concebir con utilidad éstos como cuatro estratos generales dentro de la población, también hay algo de evidencia de que estos grupos —especialmente el público activo— están con frecuencia compuestos de manera diferente para diferentes problemas, de la manera como lo sugiere el modelo tradicional.

Una segunda observación es que cada una de estas cuatro colectividades —ya sea que se consideren formalmente público o no— pueden desempeñar un papel importante en la formación de opinión pública (ver Lang y Lang, 1983). Es en este sentido que una búsqueda de lo público puede resultar en vano. El equiparar al público con cualquiera de estos grupos puede oscurecer la contribución de otros al proceso. Ciertamente, los miembros del público activo (p.e., grupos de interés y élites organizadas) gozan de una influencia desproporcionada en la política y destinan una atención más sistemática a la investigación sobre opinión pública (como sostuvieron Key [1961] y Graber [1982]). Pero al dirigir la atención a los actores no debemos ignorar el papel de los espectadores, o como Bryce lo dijo (1888) un siglo atrás, "la acción refleja de la clase inferior sobre la superior" (p. 11). Es en la interacción entre estos grupos —en la medida en que se forman y cambian en el tiempo— que es posible encontrar las respuestas relacionadas con la formación colectiva y el impacto de

la opinión pública (Lang y Lang, 1983). El capítulo 5 considerará en detalle esta posibilidad.

Notas

¹ Esfuerzos analíticos como los de Park y Blumer figuran de manera destacada en el establecimiento de la conducta colectiva como un subcampo vital dentro de la sociología norteamericana —que se desarrolló en gran parte de manera independiente de la investigación en opinión pública (ver Turner y Killian, 1957; Elsner, 1972).

² Key (1961) resiste igualmente la tentación de buscar una definición global de lo público, prefiriendo quedar satisfecho con que “en una cuestión dada, el público operativo puede consistir en una asociación altamente estructurada, mientras que en otra materia las opiniones pueden estar difundidas a través de un público amplio que carece de cualquier organización” (p. 15). Pero su valoración de las concepciones sociológicas iniciales de lo público es mucho menos cierta que las ofrecidas aquí. Key abandona algunas de las nociones centrales del modelo discursivo (p.e., de que un público se forma y organiza a través de la discusión acerca de temas particulares, citando a Davison [1958]) como de naturaleza organicista y de “más utilidad poética que práctica” (pp. 8-9). Él generalmente desacredita los esfuerzos para conceptualizar al público como “cualquier suerte de asociación estructurada de manera imprecisa u otra entidad sociológica fantasmal” (p. 15).

³ Aún antes del inicio de siglo, Bryce (1888, pp. 2-5) describió la formación de la opinión pública como surgiendo a través de una secuencia de etapas muy similares a las identificadas posteriormente por sociólogos como Foote y Hart (1953) y Davison (1958). Más recientemente, analistas en campos diversos han propuesto fases de desarrollo en la opinión pública que son en general comparables con los de Foote y Hart (1953) descritos aquí. Ver, por ejemplo, Downs (1972), Nimmo (1978, pp. 238-240), y VanLeuven y Slater (1991).

⁴ Siguiendo la terminología de Blumer, podríamos decir que la conducta del público es, en el extremo más activo del espectro, verdaderamente público (en el sentido discursivo), y en el otro extremo, más comparable con la conducta de masa (ver la discusión sobre las relaciones élite-masa más adelante).

⁵ Allport (1937) desautorizaba en general la concepción discursiva de la opinión pública —no como una ficción absoluta sino como un callejón sin salida para la investigación. Bajo tal modelo, apuntó, la opinión pública “es considerada como un producto nuevo que surge de la discusión integrada en un grupo, un producto del pensamiento individual concertado que es diferente tanto del promedio o consenso de opiniones como de la opinión de cualquier individuo” (p. 10). El rechazo de Allport al modelo discursivo derivaba de varias preocupaciones. Primero, la atención que ponía en los productos emergentes de la interacción grupal parecían invitar a la falacia de quitar pensamiento de las mentes de los individuos. Segundo, y quizá más importante, estos productos emergentes no eran fácilmente identificables para el análisis empírico. “Sólo estamos diciendo que, si

existe tal producto emergente, no sabemos dónde está, cómo puede descubrirse, identificarse o evaluarse, o cuáles son los estándares con los que puede juzgarse su valor” (p. 11). Pero Allport muestra cierta ambivalencia. Más tarde, por ejemplo, habla de los aspectos transitorios de la opinión pública en términos por completo como los propuestos en el modelo discursivo (pp. 16-18). Y en una extensa nota de pie de página discute los posibles alineamientos colectivos como fuerzas dentro de lo público, reconociendo que si estas fuerzas existen en realidad, entonces “llega a validarse una formulación que habíamos rechazado por estéril, y aún necesaria, como un principio de trabajo para la investigación” (pp. 21-22).

⁶ La organización de esta discusión pertenece en parte a las útiles ideas aportadas por Steven Chaffee.

⁷ En la práctica, raramente se muestrea a la población total. Siempre se delimita de alguna manera, por ejemplo, muestreando sólo a los mayores de 18 años, excluyendo a personas sin casa o a quienes viven en instituciones, o incluyendo sólo a personas con teléfono.

⁸ Por otro lado, la encuesta nos permite estimar cuánta gente carece de opinión sobre algún problema, que no es de ninguna manera información trivial (capítulo 4).

Capítulo 4

Conceptualización de las Opiniones

Los años 30 representaron un cambio significativo en el pensamiento sobre la opinión pública, marcado por una retirada general de la concepción de la opinión como fenómeno colectivo supraindividual (p.e., Cooley, 1909) hacia una perspectiva más individualista que la trata como un agregado de opiniones dentro de alguna población determinada (p.e., Childs, 1939). Este cambio en el enfoque estuvo determinado principalmente por dos avances metodológicos importantes e interrelacionados —desarrollos que moldearon profundamente no sólo la investigación en opinión pública, sino el total de la ciencia social norteamericana. El primero fue el crecimiento de la medición psicológica, en particular el desarrollo de técnicas cuantitativas para producir escalas de actitudes (p.e., Thurstone, 1928; Thurstone y Chave, 1929; Likert, 1931). La disponibilidad de tales técnicas permitió a los investigadores interesados en las opiniones y en las actitudes (que se tratan con frecuencia como esencialmente las mismas cosas) para iniciar investigaciones empíricas sistemáticas de sus propiedades determinantes y sus relaciones con la conducta.

Un segundo desarrollo clave fue la aplicación de la teoría del muestreo científico en la investigación social tanto en situaciones académicas como aplicadas. Las encuestas sociales ya habían sido usadas antes de esta época, principalmente para reunir datos objetivos como la información concerniente a las condiciones económicas en diferentes lugares (Fleming, 1967, p. 344;

J. Converse, 1987). En la última parte de los años 20 y 30, los investigadores, equipados con nuevos dispositivos para medir actitudes y opiniones, se embarcaron en el muestreo de fenómenos subjetivos (p.e., Lynd y Lynd, 1929). Fue precisamente el uso de técnicas de muestreo diseñadas científicamente —aunque algo burdas para los estándares actuales— que permitieron a Gallup, Crossley y Roper predecir con alguna precisión el resultado de la elección presidencial de 1936 basándose en unas relativamente pocas entrevistas, mientras que las encuestas azarosas conducidas por muchos periódicos y revistas de la época, de manera más notable el prestigiado *Literary Digest*, perdieron el rumbo (Crossley, 1937).

La combinación de los avances en la medición y el muestreo colocaron a los investigadores en una mejor posición para estudiar las opiniones y actitudes en poblaciones mayores, al mismo tiempo que de reunir lo que de manera creciente se creía eran lecturas muy precisas de la opinión pública en asuntos de significado social y político. A principios de los años 40, los mayores centros de investigación por encuesta se habían establecido en universidades, oficinas de gobierno y la industria privada (J. Converse, 1987; Sudman y Bradburn, 1987). El *Public Opinion Quarterly* se publicó por primera vez en 1937 y la Asociación Norteamericana para la Investigación de la Opinión Pública (AAPOR, siglas en inglés) se estableció diez años después. Ambas instituciones llegaron a ser medios de expresión claves para el intercambio de hallazgos de investigación cuantitativa provenientes de los estudios de opinión y actitud e investigaciones por encuesta (Davison, 1987).

Desde la incipiente del campo, la investigación en opinión pública ha puesto gran énfasis en cuestiones que tienen que ver con la manera de conceptualizar las opiniones individuales (Allport, 1937; Riesman y Glazer, 1948; Wiebe, 1953) y en la manera de medirlas con exactitud (Cantril, 1944; Lazarsfeld, 1944; Payne, 1951; Sudman y Bradburn, 1974; Schuman y Presser, 1981). En este capítulo discuto cada una de estas dos grandes cuestiones, empezando con una revisión de la adaptación inicial del concepto a la investigación. En particular me concentro en la cercana afinidad conceptual que la opinión comparte con la actitud.

I. Opiniones y actitudes

La historia de la investigación sobre opinión pública probablemente sea inseparable de la historia de la investigación sobre la actitud. En efecto, con frecuencia los dos términos se usan de manera intercambiable (ver Berelson y Steiner, 1964, p. 557; McGuire, 1985). Doob (1948) equiparaba directamente las opiniones y las actitudes en su definición de opinión pública: “se refiere a las actitudes de la gente ante un tema cuando son miembros del mismo grupo social” (p. 35). Childs (1965) describía la opinión como “una expresión de la actitud en palabras” (p. 13).¹

Aunque estos términos tienden a ser usados de manera intercambiable, ocupan nichos conceptuales de algún modo diferentes. Las opiniones y las actitudes con frecuencia se contrastan en la literatura y se ha dicho que difieren conceptualmente en al menos tres aspectos. Primero, usualmente las opiniones se han considerado como respuestas verbales y observables ante un tema o cuestión, mientras que una actitud es una predisposición o tendencia psicológica encubierta. Segundo, aunque tanto actitud como opinión implican aprobación o desaprobación, el término *actitud* apunta más hacia el afecto (p.e., el agrado o desagrado fundamental), y la opinión más fuertemente hacia lo cognitivo (p.e., una decisión consciente para apoyar u oponerse a alguna política, político o grupo político). Tercero, y quizá más importante, la actitud tradicionalmente se conceptualiza como una orientación global y permanente hacia una clase general de estímulos, mientras que la opinión se considera más situacionalmente como pertinente a un tema específico en una situación conductual particular.

Las opiniones como expresiones. Fleming (1967) acredita a Thurstone (1928) ser de los primeros en delinear una distinción conceptual precisa entre la actitud y la opinión. Al tratar el problema de la medición de las actitudes, Thurstone mencionó que nunca son directamente accesibles al investigador. Deben inferirse de las “opiniones” verbalizadas u otra forma evidente de conducta.

Thurstone concibió la *actitud* como una disposición latente para responder a una situación de una manera dada y a la opi-

nión como la respuesta misma. Las opiniones eran, en breve, indicadores manifiestos de actitudes no observables.

La manera en que Thurstone distinguió a las opiniones de las actitudes era en un sentido más metodológica que sustantiva, y como Fleming (1967) menciona, "Thurstone mismo ignoraba repetidamente la distinción que él había marcado entre ellas, e instintivamente hablaba de 'actitud' cuando sus propios preceptos requerían hablar de 'opinión'" (p. 348). Sin embargo, pronto aparecieron en la literatura declaraciones explícitas que restringían la definición de opinión dentro de estas líneas: las opiniones tenían que ser verbalizadas o, de otra manera, expresaban declaraciones de apoyo u oposición para alguna acción (Allport, 1937; Childs, 1939).

A pesar de su precisión en el significado, el concepto de opinión continuaba aplicándose de una manera más o menos consistente con la actitud, refiriéndose a estados psicológicos internos lo mismo que a conductas. Por ejemplo, aun cuando Allport (1937) insistía en que las opiniones tenían que ser expresadas, sugería que el análisis de la opinión pública no podía ignorar las opiniones que la gente podría tener pero no expresar (p. 15). Esto claramente implicaba que las opiniones pueden ser juicios mentales encubiertos lo mismo que conductas manifiestas. Ciertamente, a pesar de la intención de definir las opiniones como expresiones manifiestas, los analistas de la opinión pública siguen hablando igualmente de opiniones no expresadas, privadas, internas y latentes (p.e., Doob, 1948; Lane y Sears, 1964; ver Hennessey, 1985, pp. 11-12). La distinción tiene cierta importancia teórica, porque con frecuencia se sostiene que sólo las opiniones expresadas o "públicas" pueden tener fuerza política (Allport, 1937, p. 20). Para ser efectivas, las opiniones deben ser expresadas. Pero aquí también los límites pueden algunas veces ser poco claros. Como Key (1961) observó, "los gobiernos pueden (y con frecuencia lo hacen) dar peso a la opinión latente; para adelantarse a la acción necesitan estimar las clases de opiniones que pueden ser expresadas si se sigue o propone un curso dado" (p. 17; ver también Allport, 1937, p. 15). Aunque la literatura que trata la definición de la opinión pública con frecuencia lleva de manera formal a una definición de las opiniones como expresiones verbalizadas, debemos admitir que en la prác-

tica los investigadores operan comúnmente con una visión mucho menos restrictiva.

Las opiniones como reflexión. La distinción inicial de Thurstone (1928) dentro de las líneas manifiesta-latente, no fue sólo responsable del eventual moldeado de nichos conceptuales separados para la opinión y la actitud. Igualmente importante fue el hecho de que la opinión es vista como un juicio consciente, visto generalmente como más "razonativo" y menos afectivo en su elaboración que una actitud (Fleming, 1967, p. 361). Uno *decide* una opinión, mientras que una actitud generalmente no se entiende como algo definido conscientemente o decidido de la misma manera. Una actitud más bien es sentida como un impulso afectivo, una inclinación a responder positiva o negativamente ante algo. Aquí muestran su permanencia las conexiones entre la opinión y el debate razonado que se establecieron durante la Ilustración. Aun si uno no sostiene que las opiniones necesitan elaborarse a través de la discusión (que las harían opiniones públicas en el sentido tradicional), permanece una tendencia a tratarlas como más reflexionadas que las actitudes. Dicho en los términos más sencillos, las opiniones son juicios y las actitudes son los "gustos y disgustos" naturales (Bem, 1970) que alimentan aquellos juicios.

De nuevo, debe admitirse que la discusión no es particularmente firme. Los analistas con frecuencia son reacios a conceder mucho cálculo y reflexión a las opiniones, que algunas veces parecen reflejar un sentimiento intenso más que la fría deliberación.

Como lo dijimos en el capítulo 2, el término opinión conlleva, incluso en sus aplicaciones iniciales, connotaciones no racionales y afectivas lo mismo que racionales, especialmente cuando se aplica a colectividades como la "gente común". Además, los psicólogos tradicionalmente han conceptualizado a las actitudes con elementos tanto cognitivos como afectivos; con la reciente ascendencia de la perspectiva cognitiva en la psicología social, esta tendencia se ha pronunciado aún más (Markus y Zajonc, 1985). De manera que aunque se piensa que la opinión y la actitud difieren en términos de su balance relativo de afecto versus cognición, ningún término se identifica completamente con uno u otro extremo.

Las opiniones como adaptaciones de las actitudes a problemas específicos. Una tercera distinción general entre actitudes y opiniones —que sintetiza de varias maneras los temas anteriores— considera a las actitudes como parte de los materiales básicos, o ladrillos, que forman opiniones. Fleming (1967) considera que la elección hecha por encuestadores como Gallup y Roper de usar el término opinión pública en referencia a sus resultados de encuesta (más que actitudes públicas o actitudes políticas), ayudó a establecer una distancia conceptual entre la actitud y la opinión. En este punto, la asociación tradicional entre opinión pública y gobierno encuentra su expresión natural (capítulo 2). El resultado fue que la distinción inicial manifiesto-latente de Thurstone avanzó un importante paso adelante. Una vez que los encuestadores lo adoptaron, el concepto de *opinión* llegó a ser un término aceptado comúnmente como una posición expresada en pro o en contra de un asunto político. De esta manera las opiniones fueron los fenómenos conductuales que se explicaron de manera inmediata (posiciones-tema), mientras que el término actitud se reservó para referirse a los motivos subyacentes de aquellas conductas (Fleming, 1967, p. 349). Las opiniones dejaron de ser medidas de las actitudes; fueron productos distintos conceptualmente de las actitudes.

Sin embargo, se hizo muy poco esfuerzo consciente para distinguir los dos conceptos precisamente dentro de estas líneas, hasta que Wiebe (1953) intentó describir sus relaciones en detalle. En su formulación, una actitud representa una predisposición estructural —una orientación permanente para responder a algo de manera favorable o desfavorable. Una opinión, por otro lado, se elabora conscientemente en respuesta a una cuestión particular en una situación específica—; es “una decisión que adapta las actitudes relacionadas con el tema a las percepciones que el individuo tiene de la realidad en la que la conducta debe respirar” (p. 333). De manera consecuente, las opiniones y las actitudes pueden igualmente ser divergentes, particularmente cuando un problema pone en juego dos o más actitudes potencialmente conflictivas.² Como Wiebe concibió la relación, una actitud es una orientación intuitiva e inmediata, y una opinión es una elección pensada entre alternativas específicas consideradas en una situación social particular (ver también Hovland, Janis y Kelley, 1953).

II. Inferencia de las bases psicológicas de las opiniones

Como lo sugiere lo anteriormente escrito, el uso del término opinión es variable. Algunas veces se refiere a un fenómeno conductual y en otras a un fenómeno psicológico. En lo inmediato, o a nivel superficial, podemos hablar de *opiniones abiertas*, que son juicios expresados acerca de acciones particulares o acciones propuestas de importancia colectiva, hechas en situaciones conductuales específicas.³ Estos son los datos centrales recolectados en la investigación de opinión pública, para los que la situación conductual es una entrevista “survey”. Sin embargo, claramente las opiniones pueden también expresarse en discusiones informales, en cartas escritas a funcionarios públicos o editores de periódicos, en el conteo de los votos, las participaciones en manifestaciones, huelgas laborales, y así sucesivamente. Podemos hablar de manera separada de *opiniones encubiertas*, que son juicios formados en la mente sobre acciones particulares o acciones propuestas de importancia colectiva. Aunque estas clases de opiniones con frecuencia se infieren a partir de las respuestas a encuestas, discutiremos brevemente unas cuantas razones por las que dicha interpretación no es tan complicada como puede parecerlo al principio. Como las opiniones expresadas, estos juicios encubiertos se conceptualizan como respuestas a temas específicos, esto es, como pertinentes a políticas particulares relacionadas con algún problema común. Más globales que las opiniones expresadas o las opiniones encubiertas son las actitudes que, siguiendo la conceptualización de Wiebe (1958), son inferidas como predisposiciones permanentes para responder positiva o negativamente a una clase general de estímulos.⁴

Las opiniones expresadas, los juicios encubiertos y las actitudes pueden estar relacionadas, pero hay razones importantes por las que deben distinguirse conceptualmente. Primero, la gente puede expresar opiniones que difieren marcadamente de las opiniones que mantiene en lo privado, especialmente cuando está expuesta a la presión social (Asch, 1951). Por ejemplo, en recientes elecciones norteamericanas en las que los candidatos negros lo han sido en contra de opositores blancos, las encuestas de opinión han mostrado un cambio considerable en el balance del apoyo re-

portado a candidatos, dependiendo de la raza del entrevistador (Edelman y Mitofsky, 1990). Los blancos entrevistados por negros están más dispuestos a decir que apoyan al candidato negro de lo que los blancos entrevistados por otros blancos (Keeter, 1990; Finkel, Guterbock y Borg, 1991). Cuando se espera que haya oposición, alguna gente puede alterar sus posiciones expresadas o abstenerse por completo de dar sus opiniones, a pesar de tener puntos de vista formados con claridad o fuertes actitudes (Noelle-Neumann, 1979, 1984).

Más allá del problema de los desajustes potenciales entre las opiniones expresadas y los puntos de vista encubiertos hay un problema aún más fundamental. Una persona no necesita haber desarrollado *algún* juicio o preferencia subyacente —mucho menos mantener una predisposición permanente para tener un comportamiento hacia una clase de objetos— para expresar una opinión. La investigación ha ilustrado claramente que las personas están dispuestas a ofrecer opiniones aun cuando no parezcan existir actitudes o juicios encubiertos. Esto es, como se apuntó en el capítulo 3, quienes responden a las encuestas algunas veces dan a los entrevistadores juicios apresurados o pseudoopiniones.

Converse (1964, 1970) encontró que la mayoría de las opiniones de quienes responden a encuestas son extremadamente inestables. En vez de dar las mismas respuestas a las mismas preguntas en 1956, 1958 y 1970, la mayoría de la gente cambiaba —en un patrón casi azaroso. Los respondientes eran también marcadamente inconsistentes en sus opiniones políticas; mucha gente podía tomar una posición decididamente liberal sobre un tema, y después expresar una opinión conservadora (Converse, 1964, pp. 227-231).

Converse concluyó que las opiniones políticas cuantificadas en la mayoría de las encuestas, lejos de reflejar puntos de vista cristalizados, podrían igualmente reflejar el “águila o sol” de una moneda. Otros investigadores contestaban a la interpretación de Converse, adscribiendo la inestabilidad de las respuestas a la encuesta, a medidas de error más que a una falta de opiniones bien formadas (Achen, 1975), o argumentando que la intensidad de la política durante los años 60 había producido mucho más pensamiento y opinión “ideológica” en el electorado (Nie, Verba y Petrocik, 1976). En línea con la tesis de Converse, los es-

tudios experimentales indican que una proporción medible de los respondientes a encuestas expresarán opiniones en asuntos sobre los que no tienen información o sobre los que no han pensado (Bishop *et al.*, 1980). Aun éstos mal-informados y opiniones-en-el-punto, pueden todavía ser huéspedes educados que definan disposiciones subyacentes y no sean de esta manera completamente azarosas (Schuman y Presser, 1981, p. 159).

Dicha investigación ha acarreado cierto escepticismo acerca de la interpretación de una opinión expresada como un referente empírico directo para una actitud no observada (siguiendo a Thurstone) o incluso como una adaptación de diversas actitudes a una situación comportamental particular (siguiendo a Wiebe). Más bien, esto sugiere que las opiniones expresadas deben ser tomadas sólo para lo que manifiestamente son: conductas de nivel superficial que no necesariamente implican alguna decisión o actitud subyacente. Esta ha sido ciertamente la tendencia general en la conceptualización de opiniones, al menos las reunidas en encuestas típicas sobre asuntos públicos (Zaller y Feldman, 1987). Los investigadores se han alejado de la noción de que las opiniones reflejan una estructura psicológica preexistente (p.e., una actitud), aceptando la idea de que con frecuencia son más que nada creaciones transitorias. Las opiniones pueden reflejar sólo respuestas efímeras, ensambladas en el punto.

Aunque menos inclinados que los primeros investigadores a considerar a los opiniones sobre problemas políticos como correspondientes directamente con las actitudes fijas sobre ellos, los estudiosos contemporáneos de la opinión pública han perdido el interés en los soportes psicológicos de las opiniones expresadas. Para este fin, se recurre a una variedad de conceptos teóricos entre ellos esquemas, valores e identificaciones grupales de acuerdo con las formación y cambio de opinión. Como la actitud, comparten las características de ser (1) inferidos, no observables directamente, (2) considerados como más básicos y funcionales que las opiniones, que son situacionales y superficiales; (3) ser usados como explicaciones teóricas para las expresiones abiertas de la opinión. Aunque los significados de estos términos no están tan bien establecidos como la opinión misma (la literatura sociopsicológica en cada uno fácilmente llena un volumen por sí mismo, son

útiles como indicadores del pensamiento corriente sobre la naturaleza de las opiniones.

Esquema. El reclamo de Converse (1964) de que la mayoría de los norteamericanos carecen de un sistema bien integrado de actitudes hacia la política —esto es, cualquier ideología política liberal o conservadora que organice sus opiniones—, se ha encontrado principalmente con soporte empírico y ha sido ampliamente aceptado (Kinder y Sears, 1985; Neuman, 1986; Luskin, 1987).⁵

Si las opiniones políticas no están comúnmente organizadas en una ideología simple, entonces ¿cómo están organizadas? Una respuesta común a esa pregunta implica otro concepto muy aceptado en la psicología social y cognitiva llamado *esquema*. Un esquema es “una estructura cognitiva que representa el conocimiento general que uno tiene sobre un concepto dado o dominio de estímulo”, y que incluye “tanto los atributos de un concepto como las relaciones entre ellos” (Fiske y Taylor, 1984, p. 13). En otras palabras, un esquema se puede relacionar con cualquier estructura de información. Puede verse como un sistema inferido de ideas relacionadas sobre cualquier concepto en particular, ya sea que el concepto sea una persona (p.e. “Juan”), un grupo (p.e., “abogados”), un evento (p.e., “ir a clases”), o incluso alguna noción abstracta (p.e., “libertad”). Los investigadores han hipotetizado una variedad de formas estructurales para los esquemas. Algunos proponen sistemas jerárquicos de proposiciones interconectadas, mientras que otros proponen estructuras más simples como eventos de secuencias (o guiones [Abelson, 1981]).

La investigación psicológica muestra que un esquema, una vez activado, proporciona un especie de taquigrafía mental en el pensamiento, y la percepción dirige la atención a ciertos aspectos del ambiente, forma una base para hacer inferencias sobre personas y eventos, y también ayuda a las personas a catalogar información en la memoria (Fiske y Taylor, 1984; Markus y Zajonc, 1985).

Teóricamente, los esquemas afectan la formación de opinión de varias formas. Primero, constituyen filtros perceptuales a través de los cuales debe pasar la información relevante hacia un tema público. Graber sostiene, en coincidencia con las sugerencias previas de Lane (1962), que las personas “morselizan” (ponen en clave morse) su pensamiento sobre asuntos políticos: dan

activamente sentido de los diferentes temas públicos, pero en su mayoría interpretan cada tema de manera separada, ayudados por una variedad de esquemas, sin delinear una ideología específica o filosofía que sea política en su construcción.

Segundo, el esquema puede formar la base para las inferencias hechas en respuesta a la información sobre asuntos públicos. Un esquema activado trae a la mente un conjunto de ideas interrelacionadas, y de esta manera altera las asociaciones que la gente hace al considerar una nueva información. Gilovich (1981) proporciona un ejemplo particularmente claro. Los sujetos en su estudio leen escenarios que describen una hipotética crisis militar que involucra a una nación extranjera, y son preparados experimentalmente de manera que puedan activar ya sea un “esquema Vietnam” (en referencia a los helicópteros Chinook, a la invasiones rápidas y demás), o un “esquema segunda guerra mundial” (en referencia a las invasiones de tropas de transporte y ataque). Gilovich encuentra, como lo predijo, más apoyo para intervenciones militares en la crisis hipotética entre quienes leyeron la versión de la segunda guerra mundial, supuestamente porque describieron asociaciones más favorables e infieren un resultado positivo. No es sorprendente que las formas en que la cobertura noticiosa enmarca esquemáticamente asuntos públicos estén ganando un interés considerable entre los investigadores de la opinión (Iyengar, 1987; Iyengar y Kinder, 1987; Gamson y Modigliani, 1989). Por ejemplo, las descripciones revisadas de la pobreza en términos de víctimas individuales, más que en términos de circunstancia y tendencias nacionales, pueden llevar a los espectadores a pensar en términos de nivel individual más que en causas de nivel sistémico de la pobreza (p.e., hábitos de trabajo en lugar de fuerzas económicas). Esto puede a su vez afectar sus evaluaciones expresadas sobre desempeño del gobierno con respecto al problema, tal como establecer un *rating* sobre qué tan bien se está desempeñando el presidente (Iyengar, 1987, 1990).

Las teorías sobre el procesamiento de la información esquemática han tenido un impacto profundo en la investigación de la opinión pública. Incluso, el concepto de actitud ha sido clasificado recientemente como una subclase especial de esquema (Pratkanis y Greenwald, 1989). Las actitudes son, bajo esta con-

cepción, "colecciones" de creencias interconectadas sobre un objeto particular, funcionando con un afecto global —bueno o malo— sobre dicho objeto. Pratkanis y Greenwald (1989, p. 249) proponen que una actitud se representa en la memoria por (1) una etiqueta objeto y reglas para aplicarla (p.e., "un abogado es alguien que asistió a la facultad de derecho"), (2) una síntesis valorativa de dicho objeto (p.e., "me disgustan los abogados") y (3) una estructura de conocimiento que sostiene la valoración (p.e., un conjunto integrado de creencias sobre los abogados). Como todo esquema, las actitudes sirven como dispositivos perceptuales y cognitivos para ayudar en la organización del pensamiento sobre objetos. Sin embargo, se considera que la función heurística es la principal; simplifican la tarea de evaluar objetos. Teóricamente las actitudes también desempeñan otras funciones para la personalidad. Pueden ser defensa del ego, por ejemplo, jugando un papel en el establecimiento, mantenimiento y realce del sentimiento personal de autoimportancia (Pratkanis y Greenwald, 1989; (ver también a Smith, Bruner y White, 1956; Katz, 1960).

En casos en donde dichas estructuras de actitud existen, su función heurística reduciría dramáticamente la necesidad de una evaluación constante y repetitiva de nueva información. Como sugieren Smith, Bruner y White (1946, p. 41), las actitudes permiten a la gente sopesar una situación y establecer un juicio bueno o malo. Cuando se evoca una actitud que se sostiene con firmeza sobre un objeto en particular, puede formarse rápidamente un juicio, de manera que la información subsecuentemente se sujeta a una interpretación selectiva. Una demostración inicial de este fenómeno fue proporcionada por Cooper y Jahoda (1947), quienes encontraron que las caricaturas diseñadas para ridiculizar un prejuicio racial fueron interpretadas de formas completamente diferente a la intención original por personas muy prejuiciadas. Quizá en defensa de sus egos, las personas mismas a quienes iban dirigidas las caricaturas las interpretaron como un apoyo a sus propias actitudes prejuiciadas. Pueden encontrarse ejemplos más recientes del posible papel de las actitudes en la formación de opinión. Por ejemplo, la evidencia relacionada con la respuesta pública a la crisis del SIDA —que se identifica estrechamente con la comunidad homosexual— indica que aquellas personas con predisposiciones negativas hacia los homosexuales han sido menos receptivas que

otras a la información científica sobre la manera en que se transmite la enfermedad. Igualmente están más dispuestos a apoyar políticas severamente restrictivas para tratar a los pacientes con SIDA (Stipp y Kerr, 1989; Price y Hsu, 1992).

Valores. Como los esquemas, los valores son conceptualizados como creencias evaluativas, pero tienen una cualidad prescriptiva especial (Rokeach, 1973). Los valores son creencias sobre lo que es deseable ya sea como un estado final (Rokeach los llamó *valores terminales*, p.e., "todos deben tener igualdad de oportunidades para salir adelante") o como medios hacia un fin (lo que Rokeach llamó *valores instrumentales*, p.e., "la gente debe avanzar en base a su propio trabajo"). Teóricamente los valores funcionan como estándares para evaluar tanto el comportamiento social como el personal, y como planes generales para orientar la acción personal. Rokeach los diferenciaba de las actitudes en varias formas. Primero, mientras una actitud se refiere a una organización de diversas creencias que se enfocan en un objeto simple, un valor es una creencia simple concerniente a un estado final deseado o a un modo de conducta preferido. Más que estar ligado a un objeto, un valor está ligado a una meta. Bajo esta concepción, los objetos particulares llegan a ser evaluados en situaciones particulares cuando afectan el logro de metas valoradas. Los valores sirven como estándares explícitos para juzgar estados y conductas —de acuerdo con Rokeach— mientras que las actitudes implican meramente agrados o desagradados generales.

En virtud de que la gente sólo tiene tantos valores como creencias tiene acerca de estados finales deseables o modos de conducta, es probable que dichas creencias "sólo fueran unas docenas, mientras que el número de actitudes fueran miles" (p. 18). Los valores son también, sostenía Rokeach, más centrales a la personalidad de lo que son la mayoría de las actitudes.

Los valores han sido incorporados a la investigación sobre los efectos de los medios masivos (Ball-Rokeach, Rokeach y Grube, 1984) y empleados en estudios de opinión pública de manera más general (Rokeach, 1960, 1968, 1973; Feldman, 1983). Feldman (1988) encontró que las medidas de apoyo para algunos valores políticos básicos explicarían una cantidad sustancial de variaciones en las opiniones sobre políticas públicas específicas.

Una promesa de valor de la igualdad de oportunidades, por ejemplo, estuvo fuertemente relacionada con las posiciones políticas en una variedad de temas domésticos, así como a un amplio rango de evaluaciones del desempeño de Ronald Reagan como presidente —aun después de controlar las identificaciones de partido, tendencias liberales o conservadoras y factores socioeconómicos. Como Kinder y Sears (1985) sugieren, la investigación sobre el papel de los valores centrales en la conformación de la opinión pública está tambaleante. En principio, dicen, los valores esenciales “permanecen en una posición intermedia entre marcos ideológicos amplios y comprensivos de referencia, que han probado ser de poco valor para la comprensión del pensamiento político del público norteamericano, y opiniones específicas sobre tópicos particulares y candidatos, que van y vienen como las estaciones” (p. 676).

Identificaciones de grupo. Otro constructo teórico que algunas veces se piensa subyace a la formación de opinión es el de *autoconcepto*, que está basado en gran parte en las varias identificaciones grupales de la persona. Los psicólogos sociales por largo tiempo se han ocupado de la manera en que los apegos a los grupos pueden influir las ideas y conducta de la gente (como lo testifica la amplia literatura sobre grupos referenciales; p.e., Hyman, 1942; Hyman y Singer, 1968). Shibutani (1955) sostiene que quizá el problema central de la moderna psicología social sea el de señalar qué perspectiva de grupo emplea una persona para definir y reaccionar ante situaciones diversas (p. 569). Turner (1985, 1987) define el autoconcepto como un sistema cognitivo integrado que incluye dos subsistemas primarios: la *identidad personal*, o creencias sobre las características psicológicas únicas de uno mismo, gustos personales y atributos, (p.e., “soy honesto” o “soy flojo”), y la *identidad social*, compuesta por las creencias sobre la membresía personal en varios grupos y categorías sociales informales o formales (p.e., “soy católico” o “soy padre de familia”). En otras palabras, el autoconcepto es un sistema organizado de la persona de creencias sobre sus características sociales personales.

Aunque se conceptualiza como una estructura cognitiva simple, organizada, el autoconcepto es adaptativo y específico en situación en su operación. En un momento dado sólo se activan

elementos particulares (Tajfel y Turner, 1979; Turner, 1982). Una situación conductual —especialmente la que involucra conflicto o competencia intergrupal— puede desencadenar la auto-identificación como un miembro de un grupo dado; esa perspectiva grupal es adoptada entonces para percibir y responder al medio ambiente. En la formulación de Turner las identidades grupales activadas funcionan como esquemas de grupo que pueden dirigir procesos tanto perceptuales como inferenciales. Los investigadores en opinión pública han encontrado sustento empírico para estas proposiciones. En casos de conflicto o competencia grupal, los miembros interactivos de los grupos contendientes desarrollan percepciones exageradas o extremas de las normas de opinión en competencia (p.e., Mackie, 1986; Price, 1989). La investigación también indica que el incremento del ángulo sobresaliente de un grupo particular lleva a la gente a expresar opiniones de grupo más estereotipadas (p.e., Charters y Newcomb, 1952; Kelley, 1955; Reid, 1983; Price, 1989).

Como Price (1988) sugiere, la identificación social puede estar implicada de manera central en la formación de opiniones sobre asuntos públicos dado que los miembros del público espectador son llamados a tomar partido con uno u otro de los grupos activos dentro del “sistema de conflicto” de las políticas élite (Schattschneider, 1960). En otras palabras, las identidades grupales de la gente con frecuencia sobresalen en conexión con los asuntos públicos en razón de la naturaleza de base grupal de mucho del debate político. No es sorprendente que Converse (1964), al examinar las respuestas a preguntas de encuestas abiertas sobre temas políticos haya descubierto que casi 50% de una muestra nacional se refería a sus propias afiliaciones grupales o a los intereses de otros grupos, mientras que sólo 3 o 4% de la población usaba abstracciones ideológicas como “liberal” o “conservador”. Para grandes porciones del electorado, concluía Converse, las afiliaciones grupales son centrales al pensamiento político.

Formación de opiniones. Probablemente existen traslapes conceptuales entre los términos *esquema*, *actitud*, *valor* e *identificación grupal*. Todos ellos se refieren a *estructuras de información*, reflejando diferentes aspectos del proceso de *información* que pueden influir en el cálculo y expresión de las opiniones. El gra-

do al cual estos diferentes conceptos y procesos puedan ser operacionalmente delineados de manera precisa permanece incierto (McGuire, 1985, p. 241). Lo que es cierto es que el estudioso de la opinión pública encontrará presentes cada uno de ellos en los esfuerzos para explicar cómo y por qué la gente llega a expresar opiniones particulares.

Teóricamente, cuando se presenta un tema cualquiera, sólo un número *selecto* de esquemas o actitudes o valores o afiliaciones grupales llegan a activarse. Una vez activados, sin embargo, estos materiales básicos son los principales factores que moldean los juicios internos y las opiniones expresadas. Incluso por sí solos no determinarían completamente la respuesta. La nueva información existente sobre el problema (p.e., creencias no integradas todavía a las estructuras existentes) y las percepciones de la manera en que los amigos y grupos valorados estarían respondiendo al problema, también desempeñan sus papeles (Allport, 1937; Wiebe, 1953; Davison, 1958). Las opiniones se basan parcialmente en el propio sistema de creencias establecido y parcialmente en un esfuerzo para darle sentido a una nueva situación: un asunto público. En el curso de la consideración hacia un sistema particular, las creencias y actitudes son consideradas y combinadas con cualquiera que sea la nueva información que esté disponible. En el contexto de una situación conductual específica (p.e., una entrevista de encuesta, una fiesta, o una discusión de sobremesa), estas ideas son mezcladas en una opinión expresada.

Esta combinación podría parecer lo que Abelson (1968) denominó una *molécula de opinión*, compuesta por tres átomos: (1) una creencia (p.e., "esta propuesta requerirá nuevos impuestos"), (2) una actitud (p.e., "odio los impuestos"), y (3) una percepción de alguna clase de sustento social (p.e., "todos odian los impuestos").

De esta manera, una opinión expresada teóricamente resulta de una clase de cálculo mental. Pero sólo unos pocos aspectos importantes de este cálculo deben tomarse en cuenta. Primero, no necesita de ninguna manera ser complicado. La investigación sobre estas clases de "heurísticas juzgadoras" que la gente emplea para tomar decisiones bajo condiciones de incertidumbre, ha establecido que con frecuencia los juicios están fuertemente determinados por unas cuantas piezas —aun un solo ítem— de información

altamente notable (p.e., Tversky y Kahneman, 1982; Taylor, 1982). A causa de que las opiniones calculadas dependen fuertemente de qué creencias particulares, actitudes, valores o identificaciones grupales sean convocadas, las diferencias entre situaciones conductuales específicas producen con frecuencia opiniones muy diferentes, aun en la misma persona.

Segundo, las expresiones abiertas de opiniones pueden tener tanto que ver con la conformación de las estructuras cognitivas internas como de manera inversa (Bem, 1970). La gente puede hacer un uso activo de oportunidades diferentes para expresar varias opiniones como una forma de tomar sus decisiones. Esto es lo que el modelo discursivo de la opinión pública (capítulo 3) implicaría al nivel individual. Así como el público toma tiempo para responder colectivamente ante un problema, así también un juicio encubierto individual en relación con un tema puede también tomar algún tiempo para desarrollar, ganar coherencia y estabilidad en la respuesta a considerar el problema, reunir información, tratar varios aspectos de un problema, y platicarlo con otros (Price y Roberts, 1987; Hochschild, 1981).

La sensibilidad a este fenómeno lleva a los investigadores a hablar de las opiniones como si estuvieran en varios estados de "definición" o "cristalización" (Bryce, 1888, pp. 4-5; Katz, 1940; Kelman, 1974; Berelson *et al.*, 1954, p. 183; Crespi, 1989, pp. 59-60). En el curso de la formación de un juicio interno coherente, una persona bien puede expresar un rango de opiniones diferentes a través de una variedad de situaciones conductuales (Atkin y Chaffee, 1972). Tal patrón puede reflejar no tanto unas series de pseudoopiniones sino más bien el interjuego natural de la cognición y la conducta en el tiempo. Como Kelman (1974) sugería, la acción y la idea reflexionada se despliegan juntas, con frecuencia de manera dialéctica. Al discutir un problema, se presume que la gente hace una serie de intentos para expresar sus puntos de vista en evolución. Al mismo tiempo, pueden inferir activamente sus ideas y juicios a partir de la testificación de su propia conducta (Bem, 1970). Las opiniones expresadas pueden de esta forma constituir conductas "prueba" que ayudan a una persona hacia la elaboración de un juicio eventual y bien formado sobre la materia. El proceso discursivo de la formación de la opinión no sólo es un fenómeno interpersonal o de nivel cognitivo, sino que jue-

ga por sí mismo e igualmente, en el nivel individual. El propio primer encuentro de uno con un problema nuevo es probable que produzca una opinión relativamente irreflexiva e impulsiva.⁶ Pero cada oportunidad para pensar y expresar una opinión sobre la materia puede ser otro paso hacia una idea más decidida o cristalizada (Price y Roberts, 1987). Sólo cuando una opinión encubierta ha cristalizado deben las opiniones expresadas exhibir un alto nivel de consistencia a través de diversas situaciones. La lección de la investigación sobre las pseudoopiniones es que tales juicios cristalizados sólo pueden ser muy raros dentro de la población general, al menos en los temas típicamente de importancia para los analistas políticos.

III. Observando opiniones

Dadas estas complejidades, puede entenderse que los intentos para observar las opiniones significan mucho más que el registro directo de nivel superficial de preguntas con opciones cerradas de respuesta. Aunque el dato fundamental en la investigación de opinión pública es precisamente una declaración de apoyo u oposición a alguna política o candidato, los investigadores tienen una buena razón para probar estas preferencias declaradas de manera más cuidadosa y aprender más acerca de los juicios encubiertos, si acaso, que subyacen a las expresiones. Además de indagar dónde se sitúa una persona en relación con una propuesta, en pro o en contra, el analista serio de la opinión pública busca aprender mucho más. ¿Qué tanta y qué tipo de información sustenta esta opinión? ¿Existen algunos valores o actitudes en la base de dicha opinión? ¿Con qué tanta firmeza se sostiene? ¿Está arraigada alguna identificación grupal particular? ¿Qué tan probable es que cambie?

Registramos anteriormente que la investigación sobre la medición de la opinión durante mucho tiempo ha sido tema central del campo.⁷ Esta línea de investigación puede verse, en cierto sentido, como dedicada a fines prácticos puramente, obteniendo una descripción precisa de una opinión. Ciertamente, algunos estudiosos metodológicos —especialmente en los años 30 y los 40— tuvieron en mente esta meta. Desde finales de los años 70, sin-

embargo, la investigación sobre medición de la opinión ha llegado a estar orientada más teóricamente (Bishop, Oldendick, Tuchfarber, 1978, 1982; Schuman y Presser, 1981; Sudman y Bradburn, 1982; Tourangeau y Rasinski, 1988; Schwarz, 1990). Al conocer la manera en que la gente es afectada por los cambios en la expresión, las diferencias que significan el orden de las preguntas y la manera en que los cambios en las opciones de respuestas afectan los reportes de opinión, los analistas se colocan en una mejor posición para comprender la naturaleza de las opiniones. Una revisión de algunos de los temas claves en la medición de la opinión es instructivo, porque cada uno de ellos tiene importantes implicaciones conceptuales.⁸

¿Sobre qué trata? Por definición, una opinión debe ser sobre algo. Las preguntas diseñadas para solicitar opiniones deben enfocar convenientemente la atención de las personas hacia problemas o temas en particular. Converse y Presser (1986) enfatizan la necesidad de proporcionar un marco de referencia común para las preguntas de encuesta, de manera que todos los respondientes puedan reaccionar al mismo estímulo al formular su respuesta. Aquí puede surgir una cierta variedad de dificultades.

Algunas son obvias, como el problema comúnmente reconocido de los ítems de encuesta de *doble intención* que significan más que una pregunta sencilla (p.e., "¿Debe permitirse a los menores de 17 años ver en el cine películas explícitamente violentas y con escenas de sexo?"). Pero otros casos pueden ser más sutiles, como cuando una política se asocia con un grupo o individuo, por ejemplo: "¿Apoya usted o se opone a la política del presidente Bush en el Oriente Medio?" Esta situación permite respuestas selectivas a dos estímulos: la política y el presidente (conocida en ocasiones como *problema de prestigio*; Rugg y Cantril, 1944). El objeto particular de enfoque seleccionado por un respondiente puede bien traerle a la mente un conjunto diferente de ideas.

Las frases y palabras usadas en las preguntas de opinión alteran, aun cuando de manera ligera, el punto de opinión dado como respuesta. Aun los cambios menores en la expresión de las preguntas de encuesta pueden algunas veces producir como consecuencia cambios en los resultados. Por ejemplo, un cierto número de experimentos han encontrado de manera consistente que

la proporción de gente que apoya la libre expresión es alrededor de 20% más alta cuando responden a la pregunta "¿Piensa usted que Estados Unidos debería *prohibir* los discursos públicos en contra de la democracia?", que cuando se les pregunta "¿Piensa usted que Estados Unidos debe permitir discursos públicos en contra de la democracia?" (Rugg, 1941; Schuman y Presser, 1981).

Smith (1987) descubrió que el uso de la frase *gente que recibe ayuda* en oposición a la frase *gente pobre* en preguntas sobre gastos federales tendía a producir marcadamente menos respuestas generosas —cerca de 40%. Smith explica el efecto como el producto de diferentes creencias y actitudes presumiblemente evocadas por las dos frases. Una referencia al bienestar social despierta nociones del desperdicio gubernamental y la burocracia, mientras que el término *pobre* no. Las referencias al bienestar social también pueden evocar actitudes raciales en un grado mayor que las referencias a los pobres.

Son bastantes los efectos documentados de la expresión (Cantril, 1944; Payne, 1951; Schuman y Presser, 1981). Aun así, los efectos de la expresión de las preguntas son con frecuencia impredecibles, y en algunos casos las preguntas prejuiciadas o tendenciosas hacen fracasar el producto de los resultados anticipados.

Schuman y Presser (1981), por ejemplo, reportan experimentos en donde cargaron frases en preguntas sobre la libre expresión, tales como las referencias a personas cuyas ideas son consideradas *malas* y *dañinas*, que aparentemente no afectan el patrón de respuesta. Ni siquiera la sustitución de la frase antiséptica *interrumpir el embarazo por tener un aborto* en preguntas sobre los derechos al aborto tienen un impacto apreciable.

Algunas variaciones en los focos de las preguntas producen resultados sistemáticos e interpretables. Por ejemplo, el apoyo entre los norteamericanos a las libertades civiles en abstracto es bastante alto, de la misma manera que el apoyo para implementaciones específicas de políticas de aquellos principios generales es mucho más bajo (McClosky, 1964; Roll y Cantril, 1972). La gente con frecuencia acepta reconocer principios generales, tales como la libertad de expresión, aun cuando eligen no reconocerle algunas aplicaciones aparentemente claras de dichos principios, tales como permitir que los comunistas se expresen (Prothro y Grigg, 1960). El cambio de pregunta modifica el foco

de atención, y de esta manera el tema en cuestión cambia —en este caso desde la noción más agradable de "expresión libre" al prospecto menos atractivo de "propaganda comunista".

¿Cuáles son las opciones? Las opiniones no sólo están enfocadas sobre algún tema o problema en particular, sino que también eligen sobre lo que se debe hacer. Expresan una preferencia por un curso particular de acción. En la práctica, los investigadores de la opinión no solicitan directamente preferencias populares, al menos no en el sentido de pedirle a la gente que designe sus propias soluciones preferidas a problemas públicos. En su lugar, a los respondientes a encuestas típicamente se les ofrece una o más propuestas que han surgido en el debate público y que se consideran opciones políticas viables, y se les pide que indiquen su apoyo u oposición a dichas propuestas. En el caso de candidatos a puestos de gobierno, simplemente se les pregunta a quién preferirían.

Cuántas y qué tipos de opciones concernientes a algún tema dado ofrecer a los respondientes de las encuestas, son preguntas de importancia tanto metodológica como conceptual. Hay una tendencia, al menos en las encuestas comerciales, a confiar en las respuestas "sí/no" a preguntas simples como indicadores de opinión pública de diferentes temas, práctica que Crespi (1989) sugiere, refleja un modelo implícito del voto de la opinión pública. Así como Crespi lo expresa, "las opiniones que *subyacen* a la conducta de voto no pueden ser identificadas a través de una simple pregunta" (p. 77). Es necesario entonces, insiste, una variedad de preguntas que identifiquen diferentes aspectos de algún problema y que soliciten las ideas de la gente sobre las maneras alternativas de tratarlo. Riesman y Glazer (1948) reaccionaron de manera similar a las opciones de respuestas simples. "Debemos al menos asumir que puede existir otra estructura de opinión", sostenía, "en la que cada pregunta tenga varios lados, y muchas perspectivas en la que pueda ser considerada, matizada cada una de ellas con grados variables de significado y afecto" (p. 634).

Por esta razón, con frecuencia los investigadores de la opinión tratan de medir el tamaño de las reacciones a una variedad de propuestas para el mismo problema en general, para obtener una mejor apreciación de las tendencias centrales de una persona en respuesta a un problema (construyendo con frecuencia escalas

de opción múltiple, más que confiar en una pregunta sencilla). Las selecciones alternativas también pueden ser captadas a través de diferentes formatos de preguntas. Las propuestas en competencia pueden ser ordenadas de acuerdo con un rango, las alternativas pueden evaluarse por medio de comparaciones apareadas, o pueden usarse preguntas abiertas (Converse y Presser, 1986).

Las medidas usadas en la investigación sobre opinión pública tienen con frecuencia una cualidad básica doble: a favor o en oposición a ellas. Esto puede reflejar, tanto como cualquier otra, la naturaleza controversial del debate público, que tiende a resolverse a sí mismo en campos de oposición (Noelle-Neumann, 1970).⁹ Entre los formatos más comúnmente empleados está el de la *pregunta balanceada* que contrasta una alternativa con otra.

Por ejemplo, una pregunta de Estudios Nacionales Electorales usa este formato balanceado: "Alguna gente piensa que los hombres y las mujeres tienen que ser iguales ante la sociedad, mientras que otros dicen que el lugar de la mujer es el hogar ... ¿Qué dice usted?" En tales casos, las alternativas contrabalanceadas deben ser seleccionadas con cuidado para asegurarse de que sean apropiadamente opuestas e igualmente extremas; de otra manera, pueden terminar siendo preguntas separadas o llevar a una elección de tercera vía inherentemente ambigua (Rosenstone y Diamond, 1990).¹⁰

La selección de un formato de pregunta y la elección de alternativas de respuesta puede cada uno de alguna manera afectar el eventual patrón de resultados. Schuman y Presser (1981) apuntan que la gente, una vez aceptando ser entrevistada, "acepta el marco de las preguntas y trata de manera gananciosa de trabajar dentro de dicho marco" (p. 299). Estos analistas consideran primario el impacto de la forma de la pregunta en términos de la *restricción de pregunta*. Esto es, las opciones propuestas por el investigador son las que la mayoría de los respondientes seleccionarían, aun cuando puedan haber seleccionado una forma diferente de respuesta de las que se había ofrecido.

Cualquier formato de pregunta, proponen Schuman y Presser (1981), restringirá de alguna manera las respuestas.¹¹

¿Está bien considerada? Una dimensión clave de una opinión es la cantidad de información que la sustenta. Hemos señalado la noto-

riamente baja fuente de información aparentemente disponible para la mayoría de la gente para considerar la formación de sus juicios sobre asuntos públicos. Como Lane y Sears (1964) destacan, "uno de los aspectos más interesantes de la opinión sobre asuntos públicos es el grado en que la gente mantendrá ideas 'fuertes' acerca de los que casi no tienen información" (p. 11). Las preguntas que rodean el nivel de apoyo informativo están presionando, porque tienen que ver directamente con el ajuste general del público para mantener opiniones (ver capítulo 2). También hay implicaciones prácticas para describir la opinión pública —¿las opiniones de quiénes deben contar? Dado que mucha gente parece no seguir la discusión pública en absoluto, algunas veces los analistas intentan discernir qué segmentos de la población tienen campos de información para dar una opinión y quiénes no.

En ocasiones, los investigadores tratan de evaluar la cantidad disponible de información relevante para una persona en la formación de una opinión, haciendo preguntas factuales sobre el problema. Sin embargo, la identificación del conocimiento relevante es complicada. La información considerada relevante por el investigador puede no ser relevante para quien responde, y viceversa. Comúnmente los analistas confían en el propio ajuste de la gente para proporcionar una opinión. Un método básico consiste en mencionar una opción explícita de "no sabe/no contestó" para responder a las preguntas. Un enfoque similar consiste en usar preguntas *filtro*, preguntando al respondiente si ha escuchado o considerado el tema antes de plantearle la pregunta de opinión.

Con frecuencia estos procedimientos reducen dramáticamente la proporción de la gente que ofrece un punto de vista. La investigación demuestra que al ofrecer el "no sabe" como una de las categorías disponibles resulta usualmente en un incremento del 20% de aquellos que no dan respuesta (Schuman y Presser, 1981).¹²

Existen otras razones, quizá más importantes, para considerar el rango de ideas que las personas son capaces de ordenar en la consideración de temas públicos. Las consideraciones particulares traídas a la mente por una pregunta pueden determinar el tipo de opinión expresada. Zaller y Feldman (1987) pidieron a los respondientes en un estudio panel de dos dimensiones, que elaboraran sus respuestas a preguntas de opinión describiendo en sus

propias palabras "la clase de cosas que vienen a su mente" cuando consideran los temas involucrados; en 50% de los casos este procedimiento se aplicó antes de que la gente respondiera, y en el otro 50% se hizo de manera retrospectiva, después de contestar el ítem de opinión. Los resultados sugieren que la gente —aun cuando relativamente desinformada— no genera sus opiniones en un vacío informativo. Hubo en promedio cuatro comentarios sustantivos por pregunta de opinión, y virtualmente todos hicieron al menos una consideración inteligible. Alrededor de 30% ofreció ideas que caían a ambos lados de un tema. El procedimiento se repitió con la misma gente un mes después, y cerca de 33% expresó ideas en conflicto sobre el mismo tema.

Como Zaller y Feldman lo dijeron, "la misma gente puede responder a la misma pregunta en dos diferentes ocasiones como si fueran dos preguntas ... Una pregunta sobre servicios de gobierno puede hacer surgir el espectro de intereses especiales y las burocracias infladas en una entrevista, y una imagen de educación, la seguridad social y seguridad aérea en otra" (p. 11).

Como indicamos anteriormente, es posible que una persona aporte opiniones opuestas sin modificar las actitudes o creencias subyacentes, si el marco de referencia para el tema llega a cambiar de alguna manera. Una cantidad mayor de información disponible, en cuanto que multiplica el rango de ideas que pueden ser llevados a la mente, podría incluso producir más bien una consistencia menor en diferentes ocasiones, al menos hasta que esté determinado un juicio cristalizado.

¿Qué tan bien organizada? Una pregunta relacionada tiene que ver con la manera en que puedan estar organizadas las opiniones de una persona. Una vez formada en la mente, una opinión puede estar integrada estrechamente con otras opiniones, débilmente conectada o completamente aislada (Lane y Sears, 1964). Una persona puede intentar conscientemente un conjunto coherente de puntos de vista interrelacionados sobre asuntos públicos, mientras que otra puede tener una colección de opiniones sobre las que escasamente había llegado a pensar en relación una con otra. La referencia a la *organización de la opinión* en la investigación se relaciona no tanto con las estructuras subyacentes a cualquier juicio dado, como al contexto cognitivo para dicha opinión

—cómo está integrada, si es así, con otras opiniones. Como Converse lo observó (1964), la mayoría de la gente no mantiene opiniones que están organizadas consistentes con cualquier ideología liberal o conservadora. Las opiniones pueden estar organizadas en "pistas de opinión", o grupos de opiniones relacionadas con cada pista mantenida en relativo aislamiento (Lane y Sears, 1964), o pueden simplemente ser abandonadas.

¿Con qué firmeza se sostiene? Existe otro conjunto de características que se relaciona de una u otra manera con la fuerza en que una opinión es sostenida. Hay varias dimensiones relacionadas pero conceptualmente distintas que contestar a este respecto: *la intensidad* (con qué fuerza siente alguien sobre un tema determinado), *la prominencia* (qué tan accesible mentalmente es una opinión dada), *la importancia* (qué tan crítico se considera un tema u opinión), y *la certeza* (qué tanta confianza tiene uno de que la opinión es correcta).

La intensidad de la opinión ha recibido la mayor atención empírica y se puede evaluar de diversas formas. Un primer procedimiento implica dos pasos. Primero, se solicita la opinión (en pro o en contra de una persona), seguido de una segunda pregunta pidiendo referir con qué intensidad lo siente. Todavía es más común el procedimiento de un paso que pide a los respondientes que indiquen sus opiniones en escalas de 5 ó 7 puntos que van desde el "totalmente de acuerdo" hasta el "totalmente en desacuerdo" (aunque, de acuerdo con Converse y Presser [1986] esta práctica puede confundir lo extremo de una opinión con la intensidad de un sentimiento). Analíticamente, las medidas de intensidad son bastante útiles para los investigadores de la opinión porque los habilitan para separar a los respondientes entre quienes la opinión está firmemente arraigada, de aquellos cuya respuesta es sostenida sólo ligeramente (Riesman y Glazer, 1948). Los estudios indican que las opiniones intensas son más estables en el tiempo, así como más altamente interrelacionadas (esto es, más altamente organizadas) que las opiniones débiles (Schuman y Presser, 1981).

La prominencia y la importancia de una opinión con frecuencia se tratan de manera intercambiable, aunque pueden ser distinguidas conceptualmente (Krosnick, 1988a, p. 196). Una

opinión tiene prominencia cuando ésta es el foco de la atención, y es importante cuando es el sujeto concerniente. Quizá estos dos atributos están relacionados causalmente; entre más tiempo se dedique para considerar algo, más importante parece ser. De manera inversa, las cosas que se consideran importantes pueden ocupar mucha de nuestra atención. Krosnick (1988a) sostiene que la gente generalmente conoce y es capaz de reportar qué tan importante considera varios temas. Ha encontrado que las estabildades de las opiniones en el tiempo sobre programas de bienestar social, gastos de defensa, la guerra fría y la seguridad de trabajo, son marcadas más altas por los respondientes que reportan que estos temas son personalmente importantes (Krosnick, 1988b). Además, la gente considera importante las opiniones sobre esos temas que parecen desempeñar una parte de más consecuencia en sus evaluaciones del desempeño del gobierno (Krosnick, 1988a, 1990).

Quizá menos explorada empíricamente es la certeza con que se sostiene una opinión, esto es, el grado en que una persona confía en que su opinión es correcta. Esta dimensión puede evaluarse de diferentes formas, como lo es preguntando qué tan segura se siente una persona de su punto de vista o qué tan probable considera una persona que su opinión cambie. Riesman y Glazer propusieron incluso en 1944 que "uno podría experimentar esto confrontando al entrevistador con la respuesta" (p. 635); sin embargo, esta técnica podría ser muy incómoda, y los resultados potencialmente poco útiles. Un tipo de personalidad beligerante podría ser mal considerada para una opinión firmemente mantenida, y una personalidad introvertida puede ser una persona de principios tranquilos. Se presume que la certeza podría estar correlacionada con la cantidad de información (p.e., el número de creencias) que sustenta una opinión, aunque la confianza de uno en esas creencias subyacentes podría ser de importancia crítica. Un hecho puede bien contener varias piezas de información de veracidad desconocida.

¿Llevará esto a una acción comprometida? Una pregunta estrechamente relacionada con la fuerza de la opinión, es si determinada opinión, una vez formada en la mente, encontrará salida en cualquier acción política determinada. Las opiniones expresadas verbalmente —aun cuando parezcan firmemente sostenidas—

pueden no estar de acuerdo con las opiniones expresadas a través de acciones tales como unirse a grupos de protesta, escribir a funcionarios públicos, o donar dinero a la causa. Cantril (1948) observó que las opiniones intelectuales o abstractas no pueden considerarse como "opiniones en las que se basen juicios concretos y acciones" (Cantril, 1948, p. 41). Por ejemplo, más gente aprueba el desempeño de un presidente que las que dicen votarían por él "si hoy hubiera elecciones" (Crespi, 1989). Existe una basta literatura acerca de la relación de las actitudes sobre la conducta (p.e., Kelman, 1974; Schuman, y Johnson, 1976; Liska, 1975; Cushman y McPhee, 1980; Cialdini, Petty, y Cacciopo, 1981; Cooper y Croyle, 1984), pero la cuestión es más específica en naturaleza. ¿Se convertirá un juicio en favor de una política en particular en una acción política para asegurar dicho fin?

Schuman y Presser (1981) investigaron esta cuestión observando dos temas: el derecho al aborto y el control de armas; y comparando medidas separadas de intensidad y sentimiento, importancia (lo que ellos denominaban *centralidad*) y acción comprometida (medida por la escritura de cartas y donaciones monetarias). Los dos temas producían resultados diferentes. En el caso del derecho al aborto, la intensidad afectiva y la importancia predecían altos niveles de acción política y uniformidad con la gente en ambos lados del tema. Pero en el caso del control de armas existía un desequilibrio interesante. Los que respondían oponiéndose a los permisos para portar armas —decididamente la minoría— transformaban sus sentimientos subjetivos en acciones políticas, mientras que la gente en favor del control, que era la mayoría, no hacían dicha transformación.

Schuman y Presser (1981) especulaban que la National Rifle Association ayudó a movilizar la oposición a la portación de armas. Los factores organizacionales nos recuerdan no asumir que la intensidad, la importancia y la certeza de nivel individual necesariamente desemboquen en un involucramiento activo. La opinión pública efectiva, que depende fuertemente de la actividad política, bien puede ser divergente del balance agregado de la opinión expresada.

¿Cómo se relaciona con las demás personas? Las percepciones de apoyo u oposición social pueden ser críticas para la formación y

expresión de las opiniones. Como Allport (1937) notó, "pueden significar una diferencia considerable en la conducta de la persona, en el apoyo u oposición a una medida en particular, si está consciente, o incluso se imagina, que otros están reaccionando de la misma manera" (p. 18). Igual consecuencia puede tener la impresión de que otros están reaccionando de manera diferente ... en otras palabras, que se encuentra en una minoría aislada (Noelle-Neumann, 1984). También básico en la opinión de una persona es la comprensión de quién realiza las cosas relevantes: qué tipo de personas están a favor de una propuestas y qué tipos se oponen a ella. Una percepción individual de alineamientos y fisuras sociales dentro del público formarán el contexto social dentro del cual se forman las opiniones (Price, 1988, 1989).

Noelle-Neumann (1984) sostiene que no es posible una comprensión completa de la opinión pública a menos que también se examinen las estimaciones subjetivas del *clima de opinión*. Esto puede lograrse pidiendo a las personas que reporten, además de sus propias opiniones, lo que suponen otras personas o grupos piensan sobre asuntos particulares, lo que consideran será la futura tendencia de la opinión pública o qué lado eventualmente ganará (Noelle-Neumann, 1984; Glynn y McLeod, 1984; Glynn, 1987, 1989; Glynn y Ostman, 1988). Estas estimaciones subjetivas son sujeto de una distorsión perceptual sistemática, que puede causar divergencia entre la realidad percibida y la realidad objetiva de la opinión agregada (Fields y Schuman, 1976). Por ejemplo, cuando un conflicto político entre grupos de la comunidad es altamente visible, las personas menos involucradas pero atentas pueden desarrollar percepciones exageradas de la polarización de la opinión en el público (p.e., Pearce, Stamm y Strentz, 1971; Grunig y Stamm, 1973). Davison (1983) ha sugerido, y la evidencia parece confirmarlo, que la gente tiende a sobrestimar el impacto que un mensaje o evento en particular tendrá a la larga en la opinión pública. A este fenómeno se le conoce como *efecto de la tercera persona* (Cohen, Mutz, Price y Gunther, 1988; Lasorsa, 1989; Mutz, 1989; Perloff, 1989). Las percepciones distorsionadas de opinión pública pueden afectar la disposición de las personas para discutir sus ideas, alterando así la dinámica de la comunicación pública y la formación de opinión (Noelle-Neumann, 1979).¹³

Las circunstancias y expectativas sociales no solamente moldean la formación de la opinión sino también al proceso mismo de medición. Las opiniones tienen términos variables de apertura. En cierta situación pueden ser fácilmente expresadas, pero fracasar totalmente en otra. Los investigadores de opinión, que han sido muy sensitivos a estos aspectos, han adoptado la práctica de tratar de maximizar el *rapport* entre los entrevistados y los entrevistadores. Usualmente esto se intenta, por ejemplo, a través del uso del lenguaje común, y con una selección de entrevistadores que se ajusten en la medida de lo posible a la características sociales del respondiente. Alguna investigación ha sugerido sin embargo que mucho *rapport* entrevistador-entrevistado puede producir también respuestas menos válidas (Hyman, Cobb, Feldman, Hart y Stember, 1954; Dohrenwend, Colombotos y Dohrenwend, 1968; Weiss, 1968).

Sintetizando, los investigadores de la opinión tienen al menos siete importantes cuestiones conceptuales en qué ocuparse cuando reúnen e interpretan las opiniones observadas:

1. ¿De qué se trata exactamente? ¿Cuál es el foco de la opinión?
2. ¿Qué elecciones alternativas han enmarcado o restringido la respuesta?
3. ¿Qué tan bien está considerada la respuesta?
4. ¿Cómo está organizada ésta opinión —si lo está—, con otras ideas?
5. ¿Con qué firmeza se sostiene? ¿Con qué grado de certeza?
6. ¿Cuáles son las posibilidades de que resulte en una acción política comprometida?
7. ¿Cuál es el contexto social percibido dentro del que esta opinión se ha formado y expresado?

Las respuestas a estas preguntas de ninguna manera son fáciles de obtener, pero están implicadas de manera central en los esfuerzos para ajustar las opiniones individuales una vez observadas en un cuadro compuesto de la opinión pública. En el capítulo 5 regreso a esta tarea que intimida.

Notas

- ¹ Pueden citarse otros ejemplos numerosos de *actitud* y *opinión* que se usan de manera intercambiable. Por ejemplo, Berelson y Steiner (1964, p. 557) apuntan que los términos *opinión*, *actitud* y *creencia* "no tienen significados fijos en la literatura, pero en general se refieren a la preferencia de una persona por uno u otro de los puntos de un asunto controversial del dominio público: un problema político, una idea religiosa, una posición moral, un gusto estético, una cierta práctica (como es la manera de educar a los hijos). Las opiniones, actitudes y creencias... son juicios racionales y/o emocionales sobre tales cuestiones". En este punto intentaremos distinguir entre opiniones, actitudes o creencias de manera que exista consistencia con las tendencias en el uso previo y la precisión suficiente para evitar algunas confusiones conceptuales. Debe considerarse, sin embargo, que el bosquejo conceptual presentado está lejos de considerarse establecido convencionalmente en la investigación ordinaria.
- ² Thurstone (1928) reconoció que las opiniones podrían ser indicadores imperfectos de las actitudes, porque la gente podría en algunos casos ocultar sus propios sentimientos. Esto sugirió una laguna conceptual entre las opiniones y las actitudes muy semejante e identificado posteriormente por Wiebe (1953). Thurstone, dado su interés primario en la medición de la actitud, concibió la distinción *opinión-actitud* primordialmente en términos de la relación epistémica entre una observación empírica (*opinión*) y su referente conceptual no observado (*actitud*). El análisis de Wiebe proponía una relación teórica más sustantiva entre los dos conceptos únicos.
- ³ Las personas, por supuesto, pueden tener opiniones sobre más o menos cualquier cosa, pero nuestra definición aquí, en coincidencia con la práctica general, se restringe a los juicios sobre "acciones propuestas de interés general". Esto se puede distinguir de las opiniones privadas (Key, 1961 p. 11), que de ninguna manera se relacionan con los intereses públicos. Esta definición de ninguna manera implica que las opiniones públicas tengan que ver solamente con asuntos de política gubernamental. Así como los juicios tratan sobre algún asunto de interés colectivo, la *opinión pública* podría estar dentro de esta definición. La naturaleza de la expresión no necesita ser verbal, en tanto que es "capaz de ser rápidamente traducida a palabras" (Allport, 1937, p. 14).
- ⁴ Como se apuntaba arriba, esta última distinción *opinión-actitud* no es compartida ampliamente por los investigadores de la *opinión*, o al menos no se refleja claramente en el uso diario. Una defensa de la práctica del uso intercambiable de *opinión* y *actitud* es el argumento de que, para todo propósito práctico, empíricamente no son diferenciales (McGuire, 1985, p. 241). En otras palabras, y porque dependemos comúnmente de las mediciones de la *opinión* para valorar las actitudes, ¿cómo podemos considerarlas separadamente? ¿Cómo podría diferir una medida de *actitud* de una pregunta de *opinión*? Ciertamente las medidas psicológicas, como la respuesta galvánica de la piel, la contracción de la pupila o la tensión muscular facial, generalmente no serían confundidas con las *opiniones*, aunque cada una de ellas ha sido empleada para medir la *actitud*. Rápidamente, sin embargo, nosotros admitimos que la distinción conceptual indicada aquí entre las *opiniones* y las *actitudes* no ha sido todavía transferida a distincio-

nes operacionales precisas. Por otro lado, pueden surgir de aquí algunas confusiones de la interpretación de las *opiniones* como si fueran *actitudes*, principalmente por la historia teórica del concepto en la psicología social. Uno se pregunta, por ejemplo, si las expectativas de estabilidad general en las *opiniones* individuales habrían sido tan difíciles de separar que los investigadores no equipararan directamente las *opiniones* con las *actitudes*. Parece haber poco en la historia del concepto mismo de *opinión* —arraigado en el intercambio del debate y el argumento— que hubiera apoyado dicha expectativa, y todavía se ha considerado como uno de los mayores temas de la investigación.

⁵ Aunque Converse usa el término *creencia*, analiza (como lo hacen otros politólogos que estudian los sistemas masivos de creencias) la organización de las *opiniones*, como se describe aquí.

⁶ No significa que las respuestas iniciales a un tema nuevo necesariamente serán tentativas. Si un problema particular evoca especialmente fuertes *actitudes* que influyen fuertemente hacia una respuesta particular, entonces la *opinión* inicial puede muy bien ser fuerte y determinada. Pero ciertamente, para mucha gente, en muchos temas, las respuestas iniciales se caracterizan por cierta ambivalencia (Hochschild, 1981). Una progresión desde la incertidumbre hasta la *opinión* cristalizada puede bien describir el proceso típico de la formación de *opinión*.

⁷ Schuman y Presser (1981) destacan, sin embargo, que esta investigación ha llegado en ciclos. Durante los años 40 se llevaron a cabo muchos estudios experimentales sobre la expresión y forma de las preguntas (Cantril, 1944; Payne, 1951). Estos estudios demostraron la gran extensión en que podría alterarse la distribución marginal de respuestas aun a partir de cambios menores. Parcialmente debido a que estos efectos llegan a ser reconocidos ampliamente —aun cuando no entendidos completamente— los años 50 y 60 produjeron muchas menos investigaciones experimentales sobre preguntas y respuestas de encuestas. No fue sino hasta mediados de los 70 que los investigadores de nuevo prestaron atención sistemática al análisis del impacto de las variaciones en la expresión de las preguntas, el orden, las opciones de respuesta, y lo demás (ver Schuman y Presser, 1981, pp. 1-10).

⁸ Ciertamente, no intento una revisión comprensiva de lo que es un cuerpo amplio y en expansión en la literatura. Schuman y Bradburn (1974) y Schuman y Presser (1981) tocan la mayoría de los temas básicos. Una colección más reciente de ensayos es la de Hippler, Schwarz y Schuman (1987).

⁹ Comúnmente se reconoce que el debate público se da en dos vías, y que la *opinión pública*, aun cuando inicialmente desorganizada, eventualmente se simplifica a través de líneas bipolares en dos alternativas (ver Bryce, 1988). Aunque las *opiniones* son de alguna manera bipolares en su naturaleza, esto no ha sido sujeto de mucha investigación. Pero hay al menos una cierta evidencia de que las estructuras del conocimiento que subyacen a las *actitudes* y a las *opiniones* regularmente son bipolares en su forma (Judd y Kulik, 1980; Hymes, 1986; ver Pratkanis y Greenwald, 1989, pp. 264-266).

¹⁰ La alternativa más simple es usar preguntas separadas y no balanceadas para preguntar por el grado de acuerdo hacia una proposición sencilla (p.e., "¿Piensa usted que los hombres y las mujeres deben estar en igualdad?") más

que forzar a una elección entre dos alternativas balanceadas. Pero estas preguntas no balanceadas están sujetas a un problema diferente, conocido generalmente como *decir sí* o "respuestas de asentimiento". Esto es, la gente tiende a estar de acuerdo con las declaraciones. Para empeorar las cosas, los entrevistados con menor nivel educativo tienen más probabilidad de asentir que las personas con un mejor nivel educativo, sesgando sistemáticamente la distribución en dicha pregunta (Schuman y Presser, 1981). Es el intento que durante mucho tiempo se hizo para tratar de resolver este problema que llevó a la adopción de las formas de pregunta balanceada. La evidencia sugiere que las preguntas no balanceadas que usan respuestas de "sí/no" o "a favor/en contra" producen generalmente resultados muy similares a las preguntas balanceadas, aunque las escalas de respuesta acuerdo/desacuerdo pueden bien evitarse, dado que parecen particularmente sujetas a tener el sesgo del asentimiento (Schuman y Presser, 1981). Existe también cierta evidencia de que una serie de preguntas *ramales* balanceadas que clasifican a la gente en diversas categorías etiquetadas completamente (p.e. siete) —aunque más consumidores de tiempo que otros formatos de pregunta— producirán los resultados más confiables (Krosnick y Berent, 1990).

¹¹ La opción entre preguntas abiertas y cerradas proporciona un caso a modo. Hay poca duda de que la selección particular de respuestas a una pregunta cerrada restringirá los resultados. Pero es el caso también de que las preguntas abiertas pueden limitar a los entrevistados, ya sea al fracasar en pedirles respuestas que ellos pudieran haber seleccionado, o por no haberles informado del rango completo de respuestas posibles (ver Schuman y Presser, 1981, cap. 3). Los entrevistados con nivel educativo relativamente bajo, por ejemplo, pueden no contestar espontáneamente a preguntas abiertas en la misma forma o tan elaborada como los entrevistados con mejor nivel educativo.

¹² Es interesante notar que la proporción creciente de respuestas "no sé" tiende a no afectar las proporciones relativas de la gente que favorece o se opone a propuestas particulares (Schuman y Presser, 1981, caps. 4 y 6).

¹³ Hay evidencia de que implícitamente las personas se comparan entre sí con otras cuando responden a preguntas de encuestas —aun preguntas sobre comportamientos relativamente inocuos, tales como la cantidad de tiempo que se pasa enfrente del televisor. Schwarz (1990), después de extensivos estudios sobre las alternativas de respuestas ofrecidas para preguntas de encuesta, concluyó que el rango de respuestas ofrecido comúnmente es interpretado por los entrevistados como el reflejo de la distribución de respuestas en la población general (ver también Schwarz, Sträck, Muller y Chassein, 1988). Como Schwarz, (1990) dice, "se asume que los extremos de la escala representan los extremos de la distribución, y que los valores de la mitad de la escala representan la conducta promedio" (p. 281). De esta manera los entrevistados usan la escala como su marco social de referencia al estimar su propia respuesta. Pueden también proceder a varias inferencias sobre sí mismos, comparando su propia respuesta con la distribución implicada por el rango de escala de respuesta (p.e., si se consideran a sí mismos como televidentes extremos con referencia a la población en general, es más probable que consideren a la televisión importante para ellos).

Capítulo 5

Conceptualización de los Procesos de Opinión Pública

Nuestro análisis hasta este punto ha separado los aspectos colectivos de los individuales de la opinión pública, tratándolos de manera secuencial y más o menos de manera independiente en los últimos dos capítulos. Aunque este orden de presentación se apega a la tendencia histórica en la conceptualización de la opinión pública y sirve como una práctica heurística organizadora, tiende a implicar un estado "o...o" de los asuntos. De hecho, en la investigación nunca han estado separados de manera fácil y nítida los aspectos individuales y colectivos de la opinión pública.

No hay duda de que ha habido un giro general desde el lado colectivo hasta lo individual en la conceptualización de la opinión pública (Carey, 1978; Price y Roberts, 1987; P. Converse, 1987). Este giro fue parcialmente un movimiento de retirada de las nociones abstractas y difíciles de investigar de la opinión pública como un todo orgánico complejo, hacia un enfoque más tratable que empieza como una muestra representativa de opiniones individuales "en toda su firmeza y estrechez" (P. Converse, 1987, S13-S16). Lo que los teóricos con enfoque colectivo intentaron crear conceptualmente desde la cúspide hasta la base, los investigadores empíricos han tratado de construirlo, ladrillo por ladrillo como ha sido, a partir de la base. Las tendencias también reflejan determinados esfuerzos para contrarrestar reclamos subjetivos sobre la opinión del público con expresiones más representativas y desapasionadas de los puntos de vista particulares.

Actualmente la mayoría de los investigadores reconocen el valor de los datos de opinión de nivel individual reunidos a través de investigación de encuestas como una herramienta primaria para estudiar la opinión pública. Aun más, muchos reconocen que una comprensión teórica de la opinión pública y la manera en que funciona en la sociedad, también requiere de la atención a los procesos colectivos más amplios dentro de los que las opiniones individuales se forman y se expresan. El analista de la opinión pública sigue enfrentando el reto de tratar de comprender procesos sociales y políticos de gran escala: la constitución de públicos alrededor de problemas compartidos, la negociación de propuestas políticas en competencia, la emergencia de problemas, y la formación de coaliciones entre élites políticas, a la sombra de coaliciones más amplias entre sus detractores o promotores en el público espectador. Al tratar de observar estos procesos, sin embargo, el investigador inevitablemente es confrontado por la necesidad de comprender los fenómenos individuales: la atención dada a los asuntos públicos, la determinación en que los temas son relevantes social y personalmente, la adquisición de información, la formación de opiniones en las mentes de las personas y la traducción de dichas opiniones en acciones políticas.

I. Aspectos colectivos e individuales

La investigación en opinión pública de alguna manera siempre debe ocuparse de los asuntos colectivos tanto como de los individuales. Quizá es inevitable un campo de investigación bifurcado, que incluya a quien estudie los procesos sociológicos y otros de una tendencia más psicológica que estudie las opiniones individuales. Ciertamente la mayoría de las ciencias sociales parecen haberse desarrollado en especialidades de nivel específico (Paisley, 1984). Sin embargo, como Eulau (1986) destaca, la tendencia a separar la investigación y teoría de nivel individual y colectivo y seguir las de manera independiente puede limitar el análisis de la conducta política. Esta separación favorece una tendencia ya sea a adoptar un modelo reduccionista —que intenta explicar los fenómenos colectivos completamente en términos de procesos individuales— o abrazar la idea de que los grupos y colectividades

deben de alguna manera ser englobados como totalidades y explicados solamente en términos de sus cualidades integrales y supraindividuales.

Al aceptar dicha división se deja de considerar seriamente la *simultaneidad* de la acción colectiva e individual. La acción de grupo, sostiene Eulau, emerge en un momento con las acciones de los miembros individuales dentro del grupo. Por ejemplo, cuando un comité de admisión de colegas discute los méritos de un solicitante, determina su "opinión", y entonces "decide" admitir al estudiante; la decisión del grupo se desenvuelve simultáneamente con el pensamiento individual, la formación de opinión y la toma de decisión dentro del comité. En una escala mayor, la decisión de un comité para imponer un nuevo impuesto para construir refugios para los vagabundos, se desenvuelve simultáneamente con muchas acciones individuales (poner atención, pensar, platicar y decidir), que se realizan a través de las acciones de cuerpos públicos dentro de la comunidad. Actúan juntas muchas unidades diferentes, tanto individuales como colectivas. En el curso de su acción colectiva, existe una reciprocidad continua entre las conductas individuales y las estructuras sociales dentro de las que ocurren. Como Chaffee lo destaca (1975); "es la acción de los individuos la que da vida a las propiedades estructurales de los sistemas políticos, de la misma manera en que las últimas restringen las conductas de los individuos" (p. 86).

Bien podemos conceptualizar la opinión pública como emergente de los procesos colectivos, pero, si no reunimos información sobre los individuos dentro del público y de la manera en que se comportan, nuestras ideas sobre el proceso de *emergencia* serán meramente especulativas durante mucho tiempo. Por otro lado, la investigación que se limita a las opiniones del individuo, investiga la conducta en colectividades, pero rechaza la conducta de colectividades (ver Eulau, 1986, p. 77). Se necesita alguna forma de hacer inteligibles para la observación los procesos de opinión, las mediciones y los análisis, sin descomponerlos por completo en procesos de opinión individual.

Sin pretender tener una solución simple a este dilema, podemos considerar los aspectos colectivos e individuales de la opinión pública de una manera integradora.¹ Más que estudiar ya sea los públicos o las opiniones per se, conceptualizamos el *pro-*

ceso de comunicación preguntándonos por qué grupos están constituidos y dentro de qué opiniones sobre asuntos públicos están formados. El concepto de debate público, como lo dijimos en el capítulo 2, está estrechamente emparentado con el concepto de opinión pública. Incluso las nociones de *discusión* y *debate*, aunque no problemáticos como descripciones de comunicación interpersonal y formación de opinión en grupos pequeños cara-a-cara, pueden requerir traducción cuando se aplican a los procesos de mayor escala de formación de opinión pública. En este lugar examinamos con más detenimiento las formas de la discusión y el debate que caracterizan a los públicos más grandes y heterogéneos (como el "público norteamericano") y los diferentes tipos de unidades componentes, tanto colectivos como individuales, que entran en el proceso. También revisaremos algunas de las maneras en que los investigadores tratan de observar el debate público.

II. La noción de debate público

Como dijimos en el capítulo 3, los públicos están constituidos por problemas compartidos (o podríamos decir que la gente constituye públicos cuando se unen en deliberaciones sobre las maneras de responder a un problema compartido). A causa de que el público es una colectividad dinámica, que se organiza alrededor de un tema a través de la discusión en el tiempo, las relaciones entre los miembros activos dentro del público están cambiando continuamente. El término *debate público* busca describir una masa de gente organizándose en un público —en otras palabras, gente que reconoce un problema, que produce ideas encontradas sobre lo que hay que hacer, que considera dichas alternativas y trata de resolver el asunto construyendo consenso para una línea de acción. ¿Cómo podríamos conceptualizar estas actividades?

Dinámica de la toma de decisión grupal. La dinámica colectiva de la formación y cambio de opinión se comprende más fácilmente al nivel interpersonal o de pequeño grupo, mientras que los conceptos de discusión y debate son aplicables de manera directa. Los psicólogos sociales han estudiado desde hace mucho las maneras

en que la gente interactúa para resolver desacuerdos en situaciones de comunicación cara-a-cara y especialmente la influencia social en estas situaciones (Lewin, 1948; Cartwright y Zander, 1953). Moscovici (1985) sostiene que la influencia social está "arraigada en el conflicto y en lucha por el consenso" (p. 353). Cuando dentro del grupo surge el conflicto, los miembros de éste tratan de aliviarlo o controlarlo a través de la discusión, restaurando así el consenso del grupo o creando uno nuevo. El conflicto entre miembros del grupo estimula la discusión, y a través de ésta, la formación y cambio de opinión dentro del grupo. Los intentos para resolver los desacuerdos son tanto exploratorios como persuasivos, en tanto que la gente prueba el tema; reflexiona sus propias ideas acerca de ello; y consideran las ideas, las opiniones y motivos de los demás. Estos procesos de comunicación y cambio de opinión, propone Moscovici (1976), son necesarios para la sobrevivencia del grupo. Permiten a las colectividades adaptarse a las nuevas condiciones sociales (comparar el modelo conceptual de lo público discutido en el capítulo 3).

La investigación sobre la toma de decisiones ilustra la mutua dependencia entre los aspectos colectivos e individuales de la formación discursiva de la opinión. Las relaciones dentro del grupo —como el tipo de desacuerdo a la mano— pueden ser críticas en la determinación de la manera en que proceda la influencia social así como la toma de decisión. Cuando se confronta una idea mayoritaria firmemente atrincherada, por ejemplo, los que se desvían son obligados a la conformidad —dado que los miembros individuales de la mayoría se sienten fuertemente llevados a reforzar la norma (Allen, 1965). Por otro lado, cuando una posición diferente es reclamada por una minoría persistente y la mayoría no está firmemente convencida de su posición, puede crearse la incertidumbre sobre lo correcto de la norma en la mente de los miembros de la mayoría; la incertidumbre a su vez puede llevar a la conversión de todo el grupo hacia las ideas de la minoría (Moscovici, 1976, 1985). También tienen implicaciones conductuales otras características del grupo al nivel individual, como la disparidad entre las opiniones que son sostenidas por diferentes facciones. Cuando existen muchos puntos de vista expresados, sin que ninguno de ellos constituya una mayoría clara, los miembros tienden a converger a través de un proceso de prome-

diación grupal (Moscovici, 1985), o un acuerdo o no desacuerdo (Riecken, 1952). Las rupturas mayores entre las mayorías bien definidas y las facciones minoritarias, sin embargo, llevan a intentos de la mayoría por influenciar a la minoría —al menos hasta cierto punto (Schachter, 1951). Cuando los desacuerdos llegan a ser mayores, los intentos de influencia social pueden cesar por completo, y los miembros desviados pueden irse al ostracismo o salir (Festinger, 1950).

En cada uno de estos escenarios están asociadas varias características de lo colectivo (p.e., la existencia previa de una norma de grupo, el grado en que los miembros de la mayoría se sienten firmes en sus ideas, o el grado de conflicto mayoría/minoría) con diferentes patrones en las respuestas conductuales individuales (p.e., comunicación incrementada o decrementada, o los cambios en la certeza y la intensidad). Estas respuestas conductuales, así como se desempeñan, contribuyen entonces a la reestructuración de las relaciones de nivel-grupo (p.e., expulsión de los miembros desviados del grupo, realineamiento de la opinión, conversión a una nueva norma de grupo, y así sucesivamente). En el curso del debate de grupo, ocurren dos fenómenos interrelacionados. Primero, las ideas se acumulan en el dominio público del grupo, constituyendo una reserva de marcos compartidos de referencia sobre el problema y las propuestas para resolverlo. Segundo, los miembros responden a estas ideas y propuestas privada y/o públicamente. Pueden alinearse a una u otra de las propuestas, aferrándose a una posición en pro o en contra de otros miembros del grupo. El debate permite que ocurran estos procesos. A través de la discusión, se intercambian ideas e información, habilitando al grupo en el establecimiento de puntos de referencia comprendidos en común, si es competente, para construir el tema a mano. La discusión también sirve como medio de expresión y negociación para los alineamientos de opinión dentro del grupo.

Aun al nivel de un grupo pequeño, la resolución de desacuerdos a través del debate, no siempre (o quizá aun usualmente) es igualitaria. Las diferencias en el poder y en los patrones de comunicación pueden dar un peso extra a una opinión (en el caso de un comité de admisión, puede ser el director de admisiones) al tiempo que descarta otras opiniones (p.e., de los miembros más nuevos y con menos experiencia). Las características estructurales

del grupo pueden producir niveles diferenciales de participación. Algunas (p.e., los miembros más nuevos) pueden seguir la discusión con atención e interés, pero permanecer reticentes. A un miembro puede preocuparle ciertos temas (p.e., la admisión de solicitantes en desventaja) y, como resultado, iniciar agresivamente el debate sobre dichos temas. En otros asuntos, sin embargo, la misma participación de la persona puede ser menos intensa. En otras palabras, aun dentro de grupos pequeños, la distinción entre actores y espectadores (capítulo 3) es importante para la comprensión de las dinámicas de la formación y cambio de opinión.

El debate público en situaciones sociales mayores. Los analistas con frecuencia aplican los términos discusión y debate igualmente a la formación de opinión pública en una escala mayor. Uno debe ser extremadamente cuidadoso, sin embargo, al analogizar desde grupos cara-a-cara hasta públicos grandes. El modelo conceptual del público como un grupo comprometido en la discusión (capítulo 3) orienta nuestra atención hacia procesos interdependientes en la formación de la opinión pública que pueden ser similares en lo general a lo que encontramos en grupos de comunicación más pequeños (Price y Roberts, 1987; Price, 1988; ver Blumer, 1948). Pero nuestra tarea al explicar estos procesos macro de comunicación tiene una complicación cuando menos doble.

Primero, la amplia variedad de individuos y grupos que pueden desempeñar un papel y los papeles más diferenciados que desempeñan, hacen más difíciles la descripción y el análisis. Los miembros del público incluyen, por ejemplo, los individuos que definen las políticas, las comisiones gubernamentales, los grupos de presión organizados, los miembros del público activo menos involucrados directamente (p.e., redactores de escritos y contribuyentes), e incluso los más ampliamente dispersos miembros del público atento que siguen con interés, pero que son llevados a participar directamente sólo a través de sus votos o a través de su opinión. En muchos aspectos, una gran proporción de la población nunca llega a involucrarse, al menos a nivel suficiente como para influir en el resultado.

Segundo, los medios de comunicación empleados en el debate público son muy diversos. Existen discusiones informales —dispersas y no muy frecuentes— entre los miembros individuales del

público. Las situaciones más formalizadas para el debate ocasionalmente son proporcionadas por las instituciones educativas y gubernamentales. Los medios masivos proporcionan comunalidad y algún intercambio, aunque de una naturaleza mucho menos interactiva. Los públicos de mayor escala difieren drásticamente de los grupos más pequeños cara-a-cara en las tecnologías usadas para comunicarse entre ellos mismos. Los públicos grandes y geográficamente extensos requieren formas más sistemáticas de participación colectiva —no sólo como las coaliciones interpersonales, como partidos y organizaciones políticas formales. Estas organizaciones pueden comunicar opiniones de base hacia las agencias a cargo de la actuación en el medio público; pueden también comunicar opiniones de la élite hacia abajo sirviendo como canales para informar, persuadir y activar a los miembros del público atento. Los públicos grandes requieren de más medios sistemáticos de intercambio de ideas —no sólo discusiones abiertas, sino intercambios mediados por los medios y reunión y distribución organizada de la opinión (p.e., editoriales, cartas y encuestas de opinión)— para establecer la base de explicaciones compartidas en el dominio público.

• La confianza en los medios masivos para el debate público introduce pistas de comunicación que no están presentes en grupos pequeños. Los participantes en debates cara-a-cara no necesitan confiar en intermediarios para aprender de lo que sucede, envío de mensajes, y el seguimiento de discusiones grupales. Los canales de comunicación masiva que sirven como medio para el debate público, sin embargo, son muy diferentes. Sin menospreciar los intentos de hacer reportes objetivos, los medios noticiosos son selectivos en la determinación del tipo de mensajes que se transmiten.

Más allá de su papel facilitador en la reunión e intercambio de ideas, los comunicadores asumen también un papel más directivo al tratar de definir y moldear la opinión. Las élites de los medios no son meramente transmisores pasivos de la información y de los debates públicos, sino igualmente participantes activos (ver la discusión de la función de "correlación" de los medios más adelante).

De esta manera los términos *debate* y *discusión* pueden haber sido aplicables para intercambios aprendidos en los salones de París del siglo XVIII, pero a lo mucho son metáforas para

describir los medios masivos de comunicación altamente organizados en los públicos modernos. La maquinaria electoral de las democracias representativas y los partidos políticos estaban entre los primeros preparativos desarrollados (capítulo 2).

Estas instituciones han sido sustituidas por formas más interactivas como las campañas masivas de desplegados, encuestas de opinión y otros mecanismos de retroalimentación rápida (ver Beniger, 1986, cap. 8). A pesar de estos sofisticados medios de comunicación, no son sin embargo claramente posibles los enlaces interactivos literalmente entre todos los miembros de un público bastante grande, de la misma forma en que se da en pequeños grupos localizados (Price y Roberts, 1987). Las modernas tecnologías de la comunicación pueden haber facilitado la ampliación de la opinión pública (Cooley, 1909), pero no se han acercado en la creación de alguna suerte de reunión ciudadana amplia (ver Arterton, 1987, sobre prospectos para la "teledemocracia").

III. Actores políticos, periodistas y el público atento

Aunque los patrones de liderazgo aparecen aun en la discusión en grupos pequeños, la diferenciación entre líderes y seguidores —entre actores políticos y espectadores políticos— emerge como uno de los aspectos estructurales centrales del debate público de gran escala (capítulo 3). Los actores políticos (o élites) son aquellas personas que tratan de marcar una diferencia en la conducta de la colectividad. Los actores, tanto dentro como fuera del sistema político establecido y con frecuencia organizados en grupos de presión, crean temas públicos en primera instancia, formulando y apoyando entonces políticas alternativas. El debate público se refiere primordialmente al *debate entre actores políticos contendientes* —que es desplegado por los medios masivos para personas en el público atento que lo observan y contemplan (y, mucho menos frecuente, para reunirse). Aunque el involucramiento del público activo (miembros de la prensa incluidos) está dirigido hacia la formulación de un plan favorecido para la acción y persuadir a otros de sus méritos, el involucramiento de los espectadores en el público atento consiste primariamente en considerar lo que ellos leen y

ven, así como en la formación y expresión (algunas veces) de opiniones sobre la cuestión. Los espectadores son movidos hacia lo público por cierta variedad de razones. Pueden estar especialmente interesados en el asunto particular del momento, pueden habitualmente seguir las noticias y gustarles hablar sobre asuntos públicos, o pueden ser captados por lo cotidiano en una situación social (p.e. una conversación en el trabajo) donde sus opiniones sobre el tema son solicitadas.

El público como espectador. Aunque el tamaño relativo del público activo y del público atento puede variar para diferentes temas, en algún tema dado los espectadores exceden en mucho a los actores. Es digna de notar la perspectiva de la audiencia asumida por la gran mayoría que toman partido en el debate público.

Carey (1978) ve el eclipse de lo público como una esfera del discurso activo en la sociedad moderna. Los medios masivos, de acuerdo con Carey, han transformado al "público lector —un público que hablaba a uno y otro en formas racionales y críticas— en una audiencia lectora y oyente" (p. 854; ver también Mills, 1956). Pero este aspecto estructural de los públicos de gran escala, para bien o para mal, ciertamente no es algo nuevo. Bryce lo remarcó en 1888. Lo que aportan las masas al gobierno democrático, sostiene Bryce, no son tanto ideas o políticas (que los líderes políticos hacen funcionar entre ellos) como "sentimiento" sobre las acciones y propuestas de sus líderes, que cuando se expresan públicamente —a través de los votos, manifestaciones, cartas y otros medios de comunicación— restringen la conducta del actor (Bryce, 1888, pp. 7-8). En la misma línea Lang y Lang (1983) observan que las opiniones de los que forman el público atento son básicamente "expresiones de alabanza o de censura" dirigidos hacia los grupos e individuos activos en política (p. 23).

Incluso, un público atento es más que sólo un auditorio.² Sus miembros contribuyen no sólo con atención, sino también al menos con alguna idea para el asunto en cuestión. Un público atento es una audiencia que tiene cuidado suficiente sobre un tema para pensarlo, para encontrar lo que otros piensan, y para formar algunas ideas sobre lo que se debe hacer. Este es el sustento de las opiniones que caracterizan a sus miembros (capítulo 4).

La fuerza política de un público atento en ocasiones es ejercida directamente (p.e., en una elección), pero también opera indirectamente y de manera más continua a través de las percepciones de los actores políticos que trabajan en el auditorio y miden su propia eficacia en el mundo político a través de indicadores de la respuesta pública. Baker (1990) sostiene que la idea de opinión pública surgida en el siglo XVIII en mucho emergió como una invención política —como fuente de autoridad que podía usarse para legitimar una propuesta o política dada. Las élites han usado la opinión pública como una arma retórica en el debate político desde entonces. Los actores invierten fuerte al tratar de interpretar la opinión dentro del público atento (p.e., a través de encuestas de presencia), quizá tan fuerte como ellos invierten al tratar de moldearla y dirigirla (ver Sabato, 1981). Aunque las élites pueden no necesitar un apoyo amplio para sus políticas, la mayoría requeriría al menos un indicativo de que no existe una oposición irremontable para su causa. Las propuestas de los actores asignan un gran peso cuando se contrastan con alguna evidencia de que el público está en su esquina de ellos (o de que un número cuantificable de personas, aun si no son mayoría, los apoyarán).

Por ejemplo, los *ratings* de aprobación pública pueden ser una fuente importante de la influencia presidencial en el Congreso (Rivers y Rose, 1985). La fuerza política de un público atento radica, entonces, "no tanto en lo que realiza, sino en las percepciones de los actores políticos de lo que podría hacer" (Price y Roberts, 1987, p. 805; Key, 1961; Lang y Lang, 1983, pp. 22-25).

Los papeles desempeñados por los periodistas. Los periodistas, al cubrir los eventos políticos y monitorear las actividades de los actores políticos, habilitan a los públicos atentos en su formación alrededor de desacuerdos de la élite. En este respecto los medios realizan una función de *vigilancia* para sus auditorios (ver Lasswell, 1948). Esta función de observación de la prensa es quizá el servicio más relevante de los que se le atribuyen y se les reclama a los medios noticiosos, que incluyen frecuentemente las palabras *centinela, monitor, observador, e inteligenciador*. Como agentes avizores, los periodistas tratan de alertar a los públicos sobre los problemas. Llevan noticias sobre las conductas de las élites políticas

—sus acciones, intenciones y desacuerdos internos— a la atención de sus auditorios. Al hacerlo así, sus reporteros proporcionan el mecanismo principal para permitir que el público atento monitoree el medio político —aun cuando pueden ser restringidos por factores profesionales y organizacionales (p.e., Breede, 1955; Roshco, 1975; Ettema, Whitney y Wackman, 1987). La prensa es, después de todo, dependiente en mucho de los factores políticos para proporcionar las noticias, mucho de lo cual está planteado en virtud de las relaciones públicas habilidosas en forma de comunicados de prensa, entrevistas y ruedas de prensa.

El periodismo también conlleva una *función-correlación* para el público atento por medio de la ayuda que proporciona para coordinar sus propias respuestas internas del medio ambiente político (ver Lasswell, 1948). Esto es, los medios noticiosos reúnen ideas contrastantes y opiniones dentro del público atento, reportan a sus miembros lo que otros piensan, y de esta manera ayudan para analizar su reacción colectiva. Schramm (1964, p. 38) equiparó esta función a los consejos tribales en sociedades menos desarrolladas, que solicitan puntos de vista y alternativas de debate al tratar de coordinar las acciones de un poblado. Aunque Price y Roberts (1987) le ponen a esto la etiqueta de función *toma de encuesta* de los medios, ésta se ejercita no solamente (o al menos principalmente) a través de encuestas de opinión, sino a través de cartas al editor, entrevistas “de banqueta” y otras caracterizaciones informales de la opinión pública. En síntesis, los medios permiten al público atento mantener o seguir el paso de los actores políticos (vigilancia) y organizar sus respuestas a ellos (correlación).

El periodismo desarrolla igualmente estas dos mismas funciones para las élites en el público activo. Un mismo artículo noticioso o comentario puede servir para funciones opuestas; sin embargo, dependiendo de la perspectiva particular de uno —como espectador o como actor en el proceso. Las caracterizaciones que hacen los medios sobre la opinión dentro del público atento (que ayuda a correlacionar sus respuestas internas) son simultáneamente un medio de vigilancia de las élites (ayudándoles a monitorear las reacciones del público atento). Los actores ponen una atención estrecha a las noticias para ver que también lo están haciendo.

El grado al cual los medios masivos ayudan a correlacionar las respuestas de las élites a determinados temas puede ser menos aparente, pero no menos central al proceso. Las noticias sobre otros actores políticos ofrecen a las élites arenas para aprender y reaccionar a uno u otro. Las élites políticas usan los medios no solamente para comunicarse con sus seguidores u oponentes en el público activo, sino igualmente para comunicarse y hablar entre ellos.

Las declaraciones que ellos publican de manera ostensible al público en general (conferencias de prensa y apariciones en público a través de los medios) con frecuencia se intentan como mensajes hacia las otras élites (p.e., Lang y Lang, 1983; Linsky, 1986).

De esta manera, los medios noticiosos proporcionan un medio principal a través del cual los miembros de un público se comunican. Quizá más importante, el periodismo permite interactuar a los actores políticos así como a los espectadores. Las noticias proporcionan registros continuos de lo que se está desarrollando en la escena política de la élite (vigilancia para el público atento, correlación para el público activo). Los periodistas también registran cómo está reaccionando el público a la acción que se desarrolla (correlación para el público atento, vigilancia a los actores políticos). Junto con las elecciones, encuestas, y partidos políticos, los medios noticiosos son mecanismos —mecanismos quizá ahora dominantes— que permiten a los públicos llevar a cabo sus asuntos.

Como se ha anotado, los medios son más que simples conductores del debate público. Además de proporcionar canales a través de los cuales los actores colocan sus mensajes, las élites de los medios divulgan sus propias ideas a través de análisis políticos partidistas, y a través de recomendaciones editoriales de políticas y candidatos. Este papel activista de los medios, especialmente de los periódicos, asegura una importancia continuada sobre las tendencias posibles en las noticias y las prácticas editoriales, perteneciendo a los medios, publicistas, productores o periodistas connotados. Los críticos conservadores con frecuencia cargan o atribuyen tendencias liberales, perfilando estudios que sugieren que los periodistas, especialmente aquellos de la élite de los medios, son desproporcionadamente liberales (p.e., Lichter y Rothman, 1981; ver Noelle-Neumann, 1984). Los cánones del periodismo ejercen restricciones estrictas en contra de las inclina-

ciones reporteriles, y en el caso del sesgo liberal, la cobertura noticiosa real es mucho más difícil de establecer (Robinson, 1983; Merten, 1985). Cuando uno acomete en contra de los editoriales, en donde no existen tales rigideces en contra de tales inclinaciones, puede fácilmente darse el caso opuesto para la tendencia conservadora. Una revisión de los endosamientos en los periódicos, en las elecciones presidenciales en 1972, por ejemplo, muestra un patrón consistente de fuerte apoyo para los candidatos republicanos que se refleja ya sea en las tendencias partidistas o en el patrón de voto en la población en general (Stanley y Niemi, 1988, p. 59).

Los críticos dejan ver otros intereses sobre la habilidad de la prensa para realizar de manera exitosa su supervisión y papeles correlativos. A los ojos de determinados observadores, la prensa parece más interesada, y mucho más exitosa, en simplemente atraer la atención, que como monitor efectivo de los asuntos públicos o como foro para el debate abierto (Lasswell, 1948; Lazarsfeld, Merton, 1948; Carey, 1978; Bagdikian, 1985). Lasswell (1948) sostenía que los medios ensamblan agregados de atención más rápidamente de lo que ajustan públicos interesados y comprometidos en asuntos públicos. Lazarsfeld y Merton (1948) especularon sobre la posible *disfunción-narcotizante* de la comunicación masiva. Una fuente continua de "bocadillos" sobre asuntos públicos, teorizaban, podría permitir a la gente llegar a permanecer mucho en sus papeles como espectadores. Al enfatizar lo único, lo inusual y lo reciente, el periodismo puede ganar atención del público, pero de hecho suprimir el compromiso y la actividad públicos. El estar informado puede ser sustituido por el estar comprometido o estar involucrado de manera activa (Riesman y Glazer, 1948).³ Como Dewey (1927) sugería, el difícil pero central reto del periodismo —Lippmann (1922) podría decir que se trata de un desafío imposible— [es primero comprometer la atención de y entonces activar al público.

IV. Observando la opinión pública

El interés en el proceso del debate público tiene que ver con su calidad, y las cuestiones sobre su papel en la definición de políticas alimenta una amplia variedad de aplicaciones específicas. La

investigación aplicada sobre la opinión pública, en la forma de encuestas comerciales de opinión, es en sí misma un participante institucionalizado en el debate público. Los intereses prácticos en la investigación comercial se centran en proporcionar a los medios audiencias o clientes políticos a la élite con datos de encuestas específicos y puntuales, que tienen que ver con temas del día. Incluso, existen igualmente intereses normativos. Algunos encuestadores han buscado educar a los consumidores sobre la susceptibilidad de las encuestas a los errores y se han abocado al diseño de encuestas que contribuyan de manera más útil al debate público (Crespi, 1989; Cantril, 1991). Los investigadores académicos agregan a estos intereses varias metas teóricas y metodológicas, tales como la comprensión de las variaciones de la medición de la opinión, el entendimiento de la formación y cambio de la opinión pública y el aprendizaje de cómo es afectada por el contenido de los medios masivos (incluyendo los resultados publicados de encuestas), y la comprensión del papel que desempeña en la formación de las políticas. Independientemente de sus motivos, los investigadores comparten un interés básico en la observación de la opinión pública, en tanto toma forma y se define y cambia en el curso del debate público. Aunque los investigadores sobre la opinión tanto comerciales como académicos confían ampliamente en los métodos de encuesta por muestreo, también usan otras técnicas de observación, dependiendo de las metas en particular que se tengan.

Los indicadores de la opinión pública provienen de diferentes fuentes, generalmente a través de una de tres técnicas:

- *Entrevistas estructuradas*, reuniendo autorreportes de los individuos, grupos, organizaciones (principalmente usadas en encuestas de muestreo representativas, pero también en situaciones experimentales).
- *Análisis de contenido* de plataformas políticas, memorandos organizacionales, correspondencia privada, o noticias o editoriales.
- *Entrevistas en profundidad* o discusiones de grupo relativamente inestructuradas con funcionarios públicos, cúpulas organizacionales, activistas o grupos foco.

Aunque ninguna de estas formas de observar es suficiente para describir la opinión pública en su totalidad —meta que excede en mucho nuestro propósito—, cada una de éstas puede contribuir de diferente manera hacia una idea de la opinión pública en un tiempo dado, lo mismo que a lo largo del tiempo. Cada observación es una “pizca” de la opinión pública, tomada desde un ángulo diferente.

Estos cuadros nos permiten observar diferentes partes del mismo proceso general. Qué cuadro, o conjuntos de cuadros nosotros consideremos representan mejor la opinión pública depende de si nuestro objetivo sea hacer el proceso político más respondiente a las ideas de la mayoría (Gallup y Rae, 1940), para expandir el rango del debate público (Crespi, 1989, pp. 102-104), para entender los marcos de referencia de las personas para los asuntos políticos (Gamson y Modigliani, 1989), o para identificar las opiniones de quienes son más influyentes en la orientación de la política (Dahl, 1961; Key, cap. 21; Cook *et al.* 1983).

Utilización de datos de investigación. Uno de los principales usos de los datos de encuesta a la población en general es la descripción sintetizada de la opinión pública. El descriptor sencillo más comúnmente empleado es la proporción de gente que favorece a una cierta propuesta o candidato cuando se confrontan con un tipo de pregunta de apoyo o rechazo (Cantril, 1981).

El porcentaje de respondientes de encuestas que apoyan alguna política o candidato, sin embargo, representa sólo un faceta de la opinión pública —tal como la dirección, en pro o en contra es sólo una dimensión de la opinión a nivel individual. Muchas otras variables pueden también observarse a través de la investigación de encuesta. Por ejemplo, una incertidumbre análoga de nivel colectivo global a la de nivel individual podría ser el grado de desacuerdo o consenso. Imagine muestras de opiniones individuales de las comunidades y la distribución de dichas opiniones dentro de cada comunidad, dispuestas a lo largo de una escala que va de “completamente de acuerdo” a “completamente en desacuerdo”. El estado de profundo desacuerdo dentro de una comunidad podría ser observado como una distribución en forma de U de las opiniones individuales —una distribución, digamos, en la que alrededor de la mitad de las personas se oponen fuertemente

y casi otras tantas que se encuentran a favor. Un estado de consenso en la segunda comunidad, por otro lado podría ser observado como una distribución de campana, con una fuerte tendencia central y relativamente pocas personas en los extremos de la escala. Probablemente no quisiéramos hablar de estas comunidades como algo inusual en sus estados colectivos de opinión, aun cuando la media o posiciones promedio podrían ser muy similares.

Esto no es tanto un caso de tener conceptos en competencia de opinión pública, sino de tener varias descripciones posibles. Existe una variedad de medidas que pueden describir las opiniones individuales —no solamente su dirección, apoyo o rechazo, sino también el nivel de apoyo informativo, intensidad, estabilidad, importancia, y así sucesivamente (capítulo 4). Estos datos pueden ser usados en la investigación de opinión pública no solamente para estudiar las formas en que las opiniones se desarrollan y cambian a nivel individual, sino también para describir la opinión agregada y su cambios temporales.

Las representaciones empíricas agregadas de la opinión pública pueden ordenarse en cualquiera de estas clasificaciones analíticas o dimensiones, dando por supuesto que las medidas apropiadas de encuesta han sido reunidas.⁴ El balance de apoyo en una comunidad para dos puntos de un tema puede analizarse no solamente en términos de porcentajes relativos que expresan apoyo u oposición a propuestas particulares (como pudiera reportar una propuesta típica), sino también en vista de los niveles comparativos de intensidad, certeza o tasas de actividad política de la opinión observada en cada lado o en cada extremo del tema (Schuman y Presser, 1981; recuerde el capítulo 4).

La base racional de enfocar cualquier aspecto particular de la opinión pública radica en los intereses teóricos sustantivos. Cierta investigación de opinión pública, por ejemplo, se ha enfocado no en la opinión de las personas por sí, sino más bien en *agendas temáticas* agregadas —los tópicos sobre los cuales la gente tiene opiniones (Cohen, 1963). La investigación de situación-agenda investiga el grado en que la atención pública a problemas particulares depende del volumen de cobertura noticiosa destinado a ellos (Cohen, 1963; McCombs y Shaw, 1972; Weaver, Graber, McCombs, y Eyal, 1981; Iyengar y Kinder, 1987; Iyengar, 1990). En estudios sobre la ignorancia pluralista, los investigado-

res han agregado las percepciones que las personas tienen para describir *climas* percibidos de opinión, que pueden entonces ser comparados con la distribución de la opinión real. Esto permite la descripción de un estado complejo: el grado en que la colectividad percibe correctamente su propio estado de opinión (O'Gorman, 1975; Fields y Schuman, 1976; O'Gorman con Garry, 1976; ver también la espiral del silencio, Noelle-Neumann, 1984; y el efecto de tercera persona, Davison, 1983). Otra investigación se ha enfocado en los niveles *conflicto* entre las comunidades, que se relacionan con la estructura de la comunidad (Tichenor, Donohue, y Olien, 1980). En síntesis, los investigadores pueden describir mucho más que las direcciones generales de los estados de la opinión colectiva, en tanto que buscan determinar mucho más sobre las opiniones individuales, que sólo la opción que la gente favorece.

Aunque las descripciones de la opinión pública basadas en encuestas se sostienen principalmente en datos recolectados de los individuos en estudios a la población general, las encuestas necesitan no estar limitadas a esta clase de aplicación. Los grupos que pueden jugar un papel en la formación de la opinión pública —tales como las organizaciones profesionales y de negocios— también pueden ser encuestadas, ya sea a través de sus representantes oficiales (Namenwirth, Miller, y Weber, 1981) o a través de sus membresías (Granberg, 1984). Las élites políticas, que podrían comprender solo una proporción muy pequeña de la muestra de la población general, pueden ser encuestadas de manera independiente. Los investigadores han encuestado, por ejemplo, editores de periódicos (Olien, Tichenor, Donohue, Sandstrom, y McLeod, 1990), expertos en opinión sobre política exterior (Rose-nau, 1963), líderes empresariales (Russett y Hanson, 1975), burócratas gubernamentales (Jennings, 1969), cabilderos políticos (Milbrath, 1963). En un estudio de las elecciones de 1958 para el Congreso, Miller y Stokes (1963) encuestaron a miembros prominentes del congreso y quienes los cuestionaban, en relación con temas en las campañas, las percepciones de sus opiniones, y sus ideas de lo que podría afectar el voto. Las técnicas de encuesta pueden de esta manera ser usadas para evaluar muchos aspectos de muchas unidades diferentes —tanto colectivas como individuales— que desempeñan un papel en los procesos de opinión pública.

Utilización del análisis de contenido. Aunque la investigación por encuesta es el método más común para observar y estudiar la opinión pública, no es precisamente la única forma. Los subproductos que ocurren naturalmente del debate público aportan a los analistas observaciones no intrusivas de varios ángulos diferentes. Las declaraciones oficiales, los memorandos, los reportes y las minutas de reuniones públicas son bastante útiles para estudiar la conducta de los actores políticos (Cook *et al.*, 1983). Puede investigarse el contenido de los medios populares como estímulo persuasivo que moldea las reacciones públicas ante los problemas (Fan, 1988), como insumos de elaboración de políticas (Cook *et al.*, 1983) o como la base compartida de información en el dominio público (Gamson y Modigliani, 1989).

Estos materiales proporcionan datos que complementan los reunidos a través de las entrevistas. El análisis de tal contenido usualmente aprovecha los métodos cuantitativos (Holsti, 1969; Krippendorff, 1980), pero pueden ser útiles igualmente otros enfoques interpretativos (Gamson y Modigliani, 1989).

El análisis de contenido de los medios masivos desempeña un papel relevante en la investigación de la opinión pública. Aunque Allport (1937) previno sobre los peligros de subestimar las opiniones que aparecen en la prensa para la opinión pública (lo que él definió como "falacia periodística"), de ninguna manera reconocía que los registros de las noticias y las descripciones editoriales de la opinión pública pudieran resultar autorreforzantes (p. 21). Los puntos de vista descritos por los medios ciertamente no son para identificarse conceptualmente con los de sus audiencias, sino que existen buenas razones para sospechar que el primero desempeña un papel en la formación del último. En la última década, los investigadores han empezado a monitorear las tendencias agregadas en el contenido de los medios y a estudiar sus relaciones con las tendencias en la opinión del auditorio evaluadas a través de encuestas (MacKuen y Coombs, 1981; Page, Shapiro y Dempsey, 1987; Fan y Tims, 1989). Fan (1988) ha desarrollado un modelo "ideodinámico", adaptado de las ciencias biológicas, para predecir resultados de casilla de campañas electorales a partir del contenido de análisis de las historias noticiosas del servicio por cable de Associates Press.

El modelo de Fan, que estima el impacto de mensajes positivos o negativos sobre candidatos, basándose en factores tales como el número de mensajes en el ambiente noticioso y en el tamaño de la población objetivo, parece producir predicciones muy precisas.

Sus métodos y resultados controversiales han hecho resurgir cuestiones sobre la autonomía de la opinión pública, y cuestionan si se trata de una reproducción más o menos mecánica de la opinión de la élite expresada por los medios (capítulo 2).

Los investigadores en opinión pública han utilizado también un enfoque más interpretativo hacia el análisis de contenido de los medios, para obtener cierta introspección de la forma en que los medios definen los términos del debate público. Gamson y Modigliani (1989), por ejemplo, se enfocan en la identificación de las *culturas* que rodean los diferentes temas. Cada tema, sostiene, tiene su propio "catálogo de metáforas, frases propicias, recurrencias a principios y otros semejantes" (p. 2).

Los participantes en el debate público los encuentran no como ítems individuales, sino como esquemas de ideas o paquetes interpretativos. Por cultura de un tema, Gamson y Modigliani quieren decir "el conjunto completo de paquetes interpretativos que están disponibles para otorgar sentido" (p. 2). Para investigar la evolución de estas culturas-paquete y tema, analizan un amplio rango de contenido de los medios, incluyendo noticiarios, artículos en revistas, cartones editoriales y columnas periodísticas, rastreando un solo tema a la vez.

Utilización de técnicas de investigación menos estructuradas. Así como el análisis de contenido tiene sus versiones cualitativas comparativamente más estructuradas y más interpretativas, igualmente intenta sondear el pensamiento público. Además de las formas más estructuradas de entrevista —como los formatos de pregunta cerrada que se encuentran más comúnmente y los cuestionarios de una muestra amplia— los investigadores en ocasiones utilizan enfoques menos estructurados, tales como la *entrevista profunda* y *grupos foco*.

Los intercambios entre las formas altamente estructuradas de plantear preguntas —con categorías de respuesta definitivas y determinadas— y las entrevistas más flexibles —que dejan el marco de las respuestas y las preguntas en manos del respondiente—

han sido reconocidos en la investigación sobre opinión pública durante muchos años (Skott, 1943; Link, 1943; Lazarsfeld, 1944; Merton y Kendall, 1946). Merton (1987) anota que las entrevistas enfocadas fueron empleadas en muchos estudios iniciales sobre los efectos de los medios, como el estudio de radiomaratones (Merton, Fiske y Curtis, 1946/1971), para "ayudar a moldear la interpretación de los datos cuantitativos" a partir de encuestas representativas (p. 555). Las entrevistas enfocadas estaban dirigidas principalmente para generar nuevas ideas e hipótesis, que estuvieran entonces sujetas a pruebas posteriores a través de métodos más definitivos. En tales casos, los procedimientos más interpretativos y cualitativos se usan como suplementos, más que como alternativas de técnicas más estructuradas.

La investigación de grupos foco es popular especialmente en los estudios de actitudes y conducta del consumidor (Calder, 1977), pero también encuentra aplicación en la investigación de la opinión pública. Se reúne a grupos de gente para discutir un tópico específico, y sus interacciones se graban y estudian. Aun cuando estas técnicas sacrifican representatividad (esfuerzo innegable en la encuesta de muestreo), el cuestionamiento abierto en los grupos foco puede ayudar al investigador a comprender los procesos de pensamiento utilizados para llegar a las opiniones (Hochschild, 1981; Graber, 1984). Gamson (1988) considera a los grupos foco parte de la *metodología constructivista* para evaluar la opinión pública. Dice que los investigadores necesitan de alguna forma "hacer visibles los esquemas subyacentes, que nos permita una ojeada al proceso de pensamiento involucrado" (p. 20). Esto puede conseguirse observando las conversaciones de grupos pares (discusiones entre amigos o conocidos en la casa de un miembro) que se enfocan hacia un tópico de interés público y guiados por un facilitador. Las transcripciones de las conversaciones son entonces interpretadas por los analistas, en parte para ver qué elementos del discurso de los medios han llegado a formar parte del conjunto de herramientas del público para darle sentido a los asuntos públicos (Gamson, 1988).

V. Observación del proceso del debate público

No importan las técnicas de observación utilizadas. El estudio de la dinámica del debate público —la manera en que los actores y los espectadores interactúan en el tiempo— es verdaderamente un desafío. En 1948, Blumer denunció que la investigación en opinión pública estaba fracasando completamente en dicha tarea. Señalaba que los encuestadores eran “obtusos a la naturaleza funcional de la opinión pública en nuestra sociedad” (p. 543), al enfocarse en las opiniones individuales, excluyendo los grupos funcionales y los canales organizados de influencia política. Sugirió que los investigadores deberían empezar por investigar a los que diseñan las políticas, determinando las formas particulares de expresión de la opinión pública que llaman su atención y afectan sus acciones. La investigación podría entonces proceder “siguiéndole la pista en retrospectiva a estas expresiones a través de sus diversos canales, y al hacerlo así, identificar los canales principales, los puntos de importancia clave y la manera en que cualquier expresión dada se ha llegado a desarrollar, y escoger una retrospectiva organizada de lo que inicialmente debe haber sido una condición relativamente amorfa” (Blumer, 1948, p. 549).

Hyman (1957) hizo eco de las preocupaciones de Blumer. Éste argumentaba que aun cuando la investigación había hecho aportaciones considerables en la teoría psicológica sobre la formación y cambio de la opinión, tenía mucho menos que decir sobre los procesos sociales de gran escala o sobre las relaciones entre la opinión pública y los procesos de gobierno. Esto resultaba así porque los investigadores raramente reunían datos de series de tiempo que rastrearán el desarrollo de la opinión pública alrededor de un tema particular, o la interacción de la opinión pública con el sistema político formal. Los datos de encuesta, apuntaba, se recolectan sólo después de que el tema ha entrado en escena y sólo después de que el problema ha estado presionando. No hay muchos datos disponibles sobre las fases iniciales y de cierre del debate público (capítulo 3). Para que la teoría de la opinión avance, se necesitarían datos sobre el curso de vida de un tema.

Desde entonces, el campo ha respondido en una diversidad de formas a los llamados de Blumer y Hyman hacia la investigación orientada al proceso.

Son ejemplares los estudios llevados a cabo por un equipo interdisciplinario de investigación en la Universidad del Noroeste (Northwestern University) (Cook *et al.*, 1983; Protess, Leff, Brooks y Gordon, 1985; Leff, Protess y Brook, 1986; Protess *et al.*, 1987).⁵ De manera característica, ellos han seguido los reportes noticiosos de investigación en medios masivos del área de Chicago. Aprovechando la ventaja que da tener el avance previo sobre reportes noticiosos de investigación programados, los investigadores reúnen datos en varios puntos antes y después de abrir un problema. Llevan a cabo encuestas de muestreo al azar del área metropolitana de Chicago y entrevistas con muestras propositivas de líderes de grupos de opinión, periodistas y elaboradores de políticas. También analizan documentos legislativos, regulatorios y de presupuestos, cobertura de medios, transcripciones de audiencias y otros registros. Los investigadores han estudiado, por ejemplo, un programa televisivo sobre fraude y abuso de atención doméstica de la salud, una serie en el periódico sobre violación y dos reportes de la televisión local sobre brutalidad policíaca y desperdicios tóxicos. Se encontraron en cada caso los efectos en el auditorio público, en las élites políticas o en los logros políticos; pero estos efectos estaban lejos de ser uniformes en los diversos temas. El papel de la opinión popular, en particular, variaba. Las historias noticiosas que parecían producir la respuesta política más fuerte —la de fraude en atención doméstica de la salud— parecen haberlo hecho durante mucho tiempo sin participación pública activa. La política se vio influida aun antes de que la historia se hiciera pública a través de los esfuerzos de colaboración de los diseñadores de políticas y los periodistas investigadores (Cook *et al.*, 1983). Igualmente, cuando el programa salió al aire tenía ya efectos apreciables, tanto entre los miembros del público atento como entre las élites políticas.

La primera respuesta de los diseñadores de políticas entonces, puede haber sido anticipatoria de la influencia esperada del programa (logro que puede haber sido pretendido por todo el programa; ver Davison, 1983).

VI. Conclusión: la opinión pública como concepto de comunicación

Los temas a discusión que rodean a la opinión pública —normativos, teóricos y empíricos— han persistido durante dos siglos y a no dudar seguirán estando presentes. En este libro hemos considerado los conceptos generales que subyacen a dichas cuestiones, más que las respuestas que se les ha dado. Esta revisión no intenta proporcionar ninguna definición singular de la opinión pública. Más bien, busca identificar los temas básicos que aparecen en diversos escritos que utilizan el concepto.

Quizá el tema más destacado que surge de nuestras investigaciones sea la cercana conexión de la opinión pública con los procesos de la discusión, el debate y la toma de decisiones colectivas. Esta conexión fue trazada, en el capítulo 2, hasta los orígenes de la opinión y en la historia inicial como un concepto político-filosófico. Los eslabones entre la discusión y el debate fueron retenidos a través de la adaptación y elaboración subsecuente de la opinión pública como un constructo sociológico (capítulo 3) y, aunque en menor grado, un constructo psicológico (capítulo 4).

Dados estos eslabonamientos, la opinión pública —ya sea vista en términos filosóficos, políticos, sociológicos o psicológicos—, permanece fundamentalmente como un concepto comunicacional. El capítulo 5 sugiere que el debate público ocurre principalmente en virtud de las interacciones entre los actores de la élite política y sus espectadores atentos, facilitadas en varias e importantes maneras por la prensa.

Conceptualizar a la opinión pública en términos de procesos discursivos, como los delineados aquí, no debe confundirse con adherirse a algún modelo político de toma de decisiones. Los basamentos democráticos del concepto de opinión pública son indiscutibles; tales son los fundamentos democráticos de las decisiones políticas diarias, aun cuando están formadas en el debate público. Desafortunadamente la *discusión* puede implicar un proceso muy deliberativo, muy igualitario (incluso el *debate*).

Las decisiones que se dejan en manos de la opinión pública se toman a través de la publicidad y la comunicación, pero la comunicación es tanto una herramienta para la persuasión como para la reunión de información, así como potencialmente útil tanto

para manejar opiniones como para solicitarlas. El debate público, no importa qué tan ilustrado o razonado sea, implica cada uno de estos procesos en cierto grado. Bien podemos comparar el debate público con una reunión de electores —reconociendo que algunas de estas reuniones disfrutaban del debate abierto—, hay otras en las que este caso no se da, en las que dominan líderes poderosos y coaliciones organizadas y en las que las personas con puntos de vista minoritarios son apagadas o dejadas fuera. Entre los compromisos de la investigación en opinión pública, quizá el principal sea el de encontrar qué analogías son más propicias para describir la manera en que conducimos nuestros asuntos públicos.

Notas

¹ Los problemas teóricos y metodológicos de tratar con niveles de análisis en la investigación (referidos con frecuencia como aspectos *micro-macro*) son miles, y han atraído una atención considerable en las ciencias sociales. Los artículos reunidos en Knorr-Cetina y Cicourel (1981) y en Alexander, Giesen, Munch y Smelser (1987) exploran muchos de los aspectos fundamentales. Para discusiones generales de los niveles de análisis en la investigación en comunicación, ver Pan y McLeod (1991) y Nass y Reeves (1991).

² El término *público* ciertamente se usa ocasionalmente como sinónimo de *auditorio*. Los ejemplos pueden incluir referencias al público del golf, el público cinéfilo y demás, o referencias a los fanáticos de una celebridad del entretenimiento ("su público que lo idolatra"). A través de nuestro tratamiento aquí, hemos usado el concepto de una manera más distintiva, confinándolo a asuntos de desacuerdo general o al interés compartido. En otras palabras, a temas públicos y asuntos públicos.

³ A pesar de las persistentes especulaciones sobre el posible papel de los medios noticiosos en la promoción de la pasividad del público, los críticos de los medios no aportan evidencia clara sobre tal efecto. Ciertamente, como se anota en el capítulo 3, la atención a las noticias va de la mano con *niveles más altos* —no más bajos— de participación política.

⁴ La agregación de medidas individuales para describir unidades colectivas es extremadamente útil en el análisis, pero no lo es sin sus potenciales riesgos (Eulau, 1986; Price, Ritchie y Eulau, 1991). La transformación de unidades que están en un nivel al siguiente (p.e., de individuos a un grupo) con frecuencia resultan en características que no son isomórficas a través de los niveles. Como lo ilustraron Lazarsfeld y Menzel (1961), por ejemplo, un jurado dependiente es indeciso como colectivo, pero no en el nivel individual (de hecho, es el mismo caso en lo opuesto); los miembros de un jurado dependiente están completamente decididos al compromiso. Con el debido cuidado, sin embargo, un analista puede

identificar y explorar muchas propiedades distributivas y relacionales de las unidades colectivas relevantes, usando datos recogidos de sus subunidades.

⁵ Otro ejemplo notorio, que surge de la ciencia política, es la investigación de Bartels (1988) acerca del momentum del candidato en las primarias presidenciales. Bartels analiza el proceso de la nominación como un corte dinámico en el que las preferencias del público se forman y cambian en respuesta a la cobertura de los medios y las estrategias de campaña. Bartels caracteriza el sistema primario, para todo lo que parezca extravagancias, como un mecanismo efectivo para la elección pública, uno en el que "las diversas preferencias individuales pueden ser formadas y modificadas por la interacción social para producir, si no un consenso, al menos una genuina mayoría para una alternativa simple" (p. 307).

Referencias

- ABELSON, R. P. *Computers, polls and public opinion-some puzzles and paradoxes*. Transaction, 5, 20, 27.
- (1981). *Psychological status of the script concept*. American Psychologist, 36, 715-729.
- ACHEN, C. (1975). *Mass political attitudes and the survey response*. American Political Science Review, 69, 1218-1231.
- ALLEN, V. L. (1965). *Situational factors in conformity*. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social Psychology* (vol. 2, pp. 133-175) Nueva York: Academic Press.
- (1975). *Social support for nonconformity*. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Nueva York: Academic Press.
- ALLPORT, F. H. (1924). *Social psychology*. Boston: Houghton Mifflin.
- (1937). *Toward a science of public opinion*. Public Opinion Quarterly, 1, 7-23.
- ALMOND, G. (1950). *The American people and foreign policy*. Nueva York: Harcourt.
- ARTERTON, F. C. (1987). *Teledemocracy: Can technology protect democracy?* Newbury Park, CA: Sage.
- ASCH, S. E. (1951). *Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment*. En H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men* (pp. 177-190). Pittsburgh: Carnegie Press.
- ATKIN, C. K. y Chaffe, S. H. (1972). *Instrumental response strategies in opinion interviews*. Public Opinion Quarterly, 36, 69-79.
- BAGDIKIAN, B. H. (1975). *The U.S. media: Supermarket or assembly line?* Journal of Communication, 35, 97-109.
- BAKER, K. M. (1990). *Public opinion as political invention*. En *Inventing the French Revolution: Essays on French political*

- culture in the eighteenth century (pp. 167-199). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- BALDWIN, J. M. (1893). *Elements of psychology*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- BALL-ROCKEACH, S. J., ROCKEACH, M. y GRUBE, J. W. (1984). *The great American values test: Influencing behavior and belief through television*. Nueva York: Free Press.
- BARTELS, L. M. (1988). *Presidential primaries and the dynamics of public choice*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- BEM, D. J. (1970). *Beliefs, attitudes, and human affairs*. Belmont, CA: Brooks/Cole.
- BENIGER, J. R. (1986). *The control revolution: Technological and economic origins of the information society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- BENTHAM, J. (1962). *The Works of Jeremy Bentham* (J. Browning, Ed., 11 vols.). Nueva York: Russell & Russell. (Trabajo original publicado en 1838-1843.)
- BERELSON, B. (1950). *Democratic theory and public opinion*. *Public Opinion Quarterly*, 16, 313-330.
- BERELSON, B., LAZARSFELD, P. y MCPHEE, W. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- BERELSON, B. y STEINER, G. A. (1964). *Human behavior: An inventory of scientific findings*. Nueva York: Harcourt, Brace & World.
- BINKLEY, R. C. (1928). *The concept of public opinion in the social sciences*. *Social Forces*, 6, 389-396.
- BISHOP, G. F., OLDENDICK, R. W. y TUCHFARBER, A. J. (1978). *Effects of question wording and format on political attitude consistency*. *Public Opinion Quarterly*, 42, 81-92.
- (1982). *Effects of presenting one versus two sides of an issue in survey question*. *Public Opinion Quarterly*, 46, 69-85.
- BISHOP, G. F., OLDENDICK, R. W., TUCHFARBER, A. J. y BENNETT, S. E. (1980). *Pseudo-opinions on public affairs*. *Public Opinion Quarterly*, 44, 198-209.
- BLUMER, H. (1946). *Collective behavior*. En A. M. Lee (Ed.), *New outlines of the principles of sociology* (pp. 167-222). Nueva York: Barnes and Noble.

- (1948). *Public opinion and public opinion polling*. *American Sociological Review*, 13, 542-554.
- BOGARDUS, E. S. (1951). *The making of public opinion*. Nueva York: Association Press.
- BOGART, L. (1972). *Silent politics: Polls and the awareness of public opinion*. Nueva York: John Wiley.
- BOYNTON, G. R., PATTERSON, S. C. y HEDLUND, R. D. (1969). *The Missing links in legislative politics: Attentive Constituents*. *Journal of Politics*, 31, 700-721.
- BREED, W. (1955). *Social control in the newsroom: A functional analysis*. *Social Forces*, 33, 326-335.
- BRYCE, J. (1888). *The American commonwealth* (vol. 3). Londres: Macmillan.
- CALDER, B. J. (1977). *Focus groups and the nature of qualitative marketing research*. *Journal of Marketing Research*, 14, 353-364.
- CAMPBELL, A., CONVERSE, P. E., MILLER, W. E. y STOKES, D. E. (1960). *The American voter*. Nueva York: John Wiley.
- CANTRIL, A. H. (1991). *The opinion connection: polling, politics, and the press*. Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- CANTRIL, H. (Ed.) (1944). *Gauging public opinion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- (1948). *Opinion trends in World War II. Some guides to interpretation*. *Public Opinion Quarterly*, 12, 30-44.
- CANTRIL, H., GAUDET, H. y HERZOG, H. (1940). *The invasion from Mars: A study in the Psychology of panic*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- CAREY, J. W. (1978). *A plea for the University tradition*. *Journalism Quarterly*, 55, 846-855.
- CARTWRIGHT, D. y ZANDER, A. (Eds.) (1953). *Group dynamics: Research and theory*. Evanston, IL: Row, Peterson.
- CHAFFEE, S. H. (1975). *The diffusion of political information*. En S. H. Chaffee (Ed.), *Political communication: Issues and strategies for research* (pp. 85-128). Beverly Hills, CA: Sage.
- CHARTERS, W. W. y NEWCOMB, T. M. (1952). *Some attitudinal effects of experimentally increased salience of a membership group*. En E. E. Maccoby, T. M. Newcomb, y E. L. Hartley

- (Eds.), Readings in social psychology (3ra. ed., pp. 276-281). Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- CHILDS, H. L. (1939). *By public opinion I mean....* Public Opinion Quarterly, 4, 53-69.
- (1965). *Public opinion: Nature, Formation, and role*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- CIALDINI, R. B., Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and attitude change*. Annual Review of Psychology, 32, 357-404.
- COBB, R. W. y Elder, C. D. (1983). *Participation in American Politics: The dynamics of agenda-building* (2da. ed.). Baltimore: John Hopkins University Press.
- COHEN, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- COHEN, J., Mutz, D., Price, V. y Gunther, A. (1988). *Perceived impact of defamation: An Experiment on third-person effects*. Public Opinion Quarterly, 52, 161-173.
- COMMISSION on Freedom of the Press (1947). *Toward a free and responsible press: A General report on mass communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- CONVERSE, J. M. (1987). *Survey research in the United States: Roots and emergence 1890-1960*. Berkeley: University of California Press.
- CONVERSE, J. M. y Presser, S. (1986). *Survey questions: Handcrafting the standardized questionnaire*. (Sage University Papers Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, series no. 07-063.) Newbury Park, CA: Sage.
- CONVERSE, P. E. (1964). *The nature of belief systems in mass publics*. En D. E. Apter (Ed.), *Ideology and discontent* (pp. 206-261). Nueva York: Free Press.
- (1970). *Attitudes and non-attitudes: Continuation of a Dialogue*. En E. R. Tufté (Ed.), *The quantitative analysis of social problems* (pp. 168-189). Reading MA: Addison-Wesley.
- (1987). *Changing conceptions of public opinion in the political process*. Public Opinion Quarterly, 51, S12-S24.
- COOK, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protes, D., Leaf, D. R. y Molotch, H. L. (1983). *Media and agenda*

- settings: effects on the public, interest group leaders, policy makers and policy*. Public Opinion Quarterly, 47, 16-35.
- COOLEY, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. Nueva York: Charles Scribner.
- (1909). *Social organization: A study of the larger mind*. Nueva York: Charles Scribner.
- COOPER, E. y Jahoda, M. (1947). *The evasion of propaganda. How prejudiced people respond to anti-prejudice propaganda*. Journal of Social Psychology, 23, 15-25.
- COOPER, J. y Croyle, R. T. (1984). *Attitudes change*. Annual Review of Psychology, 35, 395-426.
- CRESPI, I. (1989). *Public opinion, polls, and democracy*. Boulder, CO: Westview Press.
- CROSSLEY, A. M. (1937). *Straw polls in 1936*. Public Opinion Quarterly, 1, 24-35.
- CUSHMAN, D. P. y McPhee, R. D. (Eds.) (1980). *Message-attitude-behavior relationship*. Nueva York: Academic Press.
- DAHL, R. A. (1956). *A preface to democratic theory*. Chicago: University of Chicago Press.
- (1961). *Who governs?* New Haven, CT: Yale University Press.
- (1971). *Polyarchy: Participation and opposition*. New Haven, CT: Yale University Press.
- (1985). *A preface to economic democracy*. Berkeley: University of California Press.
- DARNTON, R. (1982). *The literary underground of the Old Regime*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- DAVISON, W. P. (1958). *The public opinion process*. Public Opinion Quarterly, 22, 91-106.
- (1968). *Public opinion: Introduction*. En D. L. Sills (Ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences* (vol. 13, pp. 188-197). Nueva York: Macmillan & Free Press.
- (1983). *The third-person effect in communication*. Public Opinion Quarterly, 47, 1-15.
- (1987). *POQ's fifty-year odyssey*. Public Opinion Quarterly, 51, S4-S11.
- DEVINE, D. J. (1970). *The attentive public: Polyarchical democracy*. Chicago: Rand McNally.

- DEWEY, J. (1927). *The public and its problems*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- DOHRENWEND, B. S., Colombotos, J. y Dohrenwend, B. P. (1968). *Social distance and interviewer effects*. *Public Opinion Quarterly*, 32, 410-422.
- DOOB, L. W. (1948). *Public opinion and propaganda*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- DOWNS, A. (1972). *Up and down with ecology: the issue-attention cycle*. *Public Interest*, 28, 38-50.
- EDELMAN, M. (1964). *The symbolic uses of politics*. Urbana: University of Illinois Press.
- EDELMAN, M. y Mitifsky, W. J. (1990, mayo). *The effect of the interviewer's race in political surveys with multiracial candidates*. Ponencia presentada en la Reunión Anual de la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública. Lancaster, P. A.
- ELSNER, H., Jr. (1972). *Introduction*. En R. E. Park, *The crowd and the public and other essays* (pp. vii-xxv). Chicago: University of Chicago Press.
- ENTMAN, R. M. (1989). *Democracy without citizens: Media and the decay of American politics*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- ERKSINE, H. G. (1962). *The polls: The informed public*. *Public Opinion Quarterly* 26, 668-677.
- (1963). *The polls: Textbook Knowledge*. *Public Opinion Quarterly*, 27, 133-141.
- ESCARPIT, R. (1977). *The concept of the mass*. *Journal of Communication* 27, 44-47.
- ETTEMA, J. S., Whitney, D. C. y Wackman, D. B. (1987). *Professional mass communicators*. En C. R. Berger y S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science*. (pp. 747-780). Newbury Park, CA: Sage.
- EULAU, H. (1986). *Politics, self, and society: A theme and variations*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- FAN, D. P. (1988). *Predictions of public opinion from the mass media: Content analysis and mathematical modeling*. Westport, CT: Greenwood Press.
- FAN, D. P. y Tims, A. R. (1989). *The impact of the news media on public opinion: American presidential election, 1987-1988*.

- International Journal of Public Opinion Research*, 1, 151-163.
- FELDMAN, S. (1983). *Economic individualism and American public opinion*. *American Politics Quarterly*, 11, 3-30.
- (1988). *Structure and consistency in public opinion: The role of core beliefs and values*. *American Journal of Political Science*, 57, 416-440.
- FESTINGER, L. (1950). *Informal social communication*. *Psychological Review*, 57, 217-281.
- FIELDS, J. M. y Schuman, H. (1976). *Public beliefs about the beliefs of the public*. *Public Opinion Quarterly*, 40, 427-448.
- FINKEL, S. E., Guterbok, T. M. y Borg, M. J. (1991). *Race-of-interviewer effects in a preelections poll: Virginia 1989*. *Public Opinion Quarterly*, 53, 313-330.
- FISKE, S. T. y Taylor, S. E. (1984). *Social cognition*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- FLEMING, D. (1967). *Attitude: The history of a concept*. *Perspectives in American History*, 1, 287-367.
- FOOTE, N. N. y Hart, C. W. (1953). *Public opinion and collective behavior*. En M. Sherif y M. O. Wilson (Eds.), *Group relations at the crossroads* (pp. 308-331). Nueva York: Harper & Bros.
- GALLUP, G. y Rae, S. (1940). *The pulse of democracy*. Nueva York: Simon & Schuster.
- GAMSON, W. A. (1988). *A constructionist approach to mass media and public opinion* (Working paper 20 R). Chestnut Hill, MA: Boston College, programa de economía y justicia social.
- GAMSON, W. A. y Modigliani, A. (1989). *Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach*. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- GILLOVICH, T. (1931). *Seeing the past in the present: The effects of associations to familiar events on judgments and decisions*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 797-808.
- GINSBERG, B. (1986). *The captive public: How mass opinion promotes state power*. Nueva York: Basic Books.
- GITLIN, T. (1978). *Media sociology: The dominant paradigm*. *Theory and Society*, 6, 205-253.
- GLYNN, C. J. (1987). *The communication of public opinion*. *Journalism Quarterly*, 64, 688-697.

- (1989). *Perceptions of others' opinions as a component of public opinion*. *Social Science Research*, 18, 53-69.
- GLYNN, C. J. y McLeod, J. (1984). *Public opinion du jour: An examination of the spiral of silence*. *Public Opinion Quarterly*, 48, 731-740.
- GLYNN, C. J. y Ostman, R. E. (1988). *Public opinion about public opinion*. *Journalism Quarterly*, 65, 299-306.
- GRABER, D. A. (1982). *The impact of media research on public opinion studies*. En D. C. Whitney, E. Wartella y S. Windahl (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook* (vol. 3, pp. 555-564). Beverly Hills, CA: Sage.
- (1984). *Processing the news: How people tame the information tide*. Nueva York: Longman.
- GRANBERG, D. (1984). *Attributing attitudes to members of groups*. En J. R. Eiser (Ed.), *Attitudinal judgment* (pp. 85-108). Nueva York: Springer-Verlag.
- GRUNIG, J. E. y Stamm, K. R. (1973). *Communication and coordination of collectivities*. *American Behavioral Scientist*, 16, 567-593.
- GUNN, J. A. W. (1983). *Public spirit to public opinion*. En *Beyond liberty and property: The process of self-recognition in eighteenth-century political thought* (pp. 260-315). Kingston, Canadá: McGill-Queen's University Press.
- HABERMAS, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trad.). Cambridge, MA: MIT Press. (Trabajo original publicado en 1962.)
- HELD, D. (1987). *Models of democracy*. Cambridge, UK: Polity Press.
- HENNESEY, B. C. (1985). *Public opinion* (5ta. ed.). Belmont, CA: Brooks/Cole.
- HERMAN, E. S. y Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Nueva York: Pantheon Books.
- HIPPLER, H. J., Schwarz, N. y Sudman, S. (Eds.) (1987). *Social information processing and survey methodology*. Nueva York: Springer Verlag.

- HOCHSCHILD, J. (1981). *What's fair? Americans' attitudes toward distributive justice*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- HOLSTI, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- HOVLAND, C. I., Janis, I. L. y Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- HOVLAND, C. I., Lumsdaine, A. A. y Sheffield, F. D. (1949). *Experiments on mass communication*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- HUME, D. (1975). *Enquiries concerning human understanding and concerning the principles of morals* (P. H. Nidditch, Ed., 3ra. ed.). Oxford, UK: Clarendon Press. (Reimpreso a partir de la edición póstuma de 1777; L. A. Selby-Bigge, Ed.)
- HYMAN, H. H. (1957). *Toward a theory of public opinion*. *Public Opinion Quarterly*, 21, 54-60.
- HYMAN, H. H., Cobb, W. J., Feldman, J. J., Hart, C. W. y Stember, C. H. (1954). *Interviewing in social research*. Chicago: University of Chicago Press.
- HYMAN, H. H. y Singer, E. (Eds.) (1968). *Readings in reference group theory and research*. Nueva York: The Free Press.
- HYMES, R. W. (1986). *Political attitudes as social categories: A new look at selective memory*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 233-241.
- IYENGAR, S. (1987). *Television news and citizen explanations of national affairs*. *American Political Science Review*, 81, 815-831.
- (1990). *The accessibility bias in politics: Television news and public opinion*. *International Journal of Public Opinion Research*, 2, 1-15.
- IYENGAR, S. y Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- JAMES, W. (1890). *The principles of psychology*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- JENNINGS, M. K. (1969). *The federal civil service employees study*. Ann Arbor, MI: Interuniversity Consortium for Political and Social Research.

- JUDD, C. M. y Kulik, J. A. (1980). *Schematic effects of social attitudes on information processing and recall*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 569-578.
- KAPLAN, A. (1964). *The Conduct of inquiry*. Scranton, PA: Chandler
- KATZ, D. (1940). *Three criteria: Knowledge, conviction, and significance*. *Public Opinion Quarterly*, 4, 277-284
- (1960). *The functional approach to the study of attitudes*. *Public Opinion Quarterly*, 24, 163-204.
- KATZ, D., Cartwright, D., Eldersveld, S. y Lee, A. M. (Eds.) (1954). *Public opinion and propaganda*. Nueva York: Dryden Press.
- KATZ, E. y Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence*. Glencoe, IL: Free Press.
- KEETER, S. (1990, mayo). *Race-of-interviewer effects in the 1989 Virginia gubernatorial and state legislative election polls*. Ponencia presentada en la Reunión Anual de la Asociación Mundial para la Investigación de la Opinión Pública, Lancaster, PA.
- KELLEY, H. H. (1955). *Saliency of membership and resistance to change of group-anchored attitudes*. *Human Relations*, 3, 275-289.
- KELMAN, H. C. (1974). *Attitudes are alive and well and gainfully employed in the sphere of action*. *American Psychologist*, 24, 310-324.
- KEY, V. O., Jr. (1961). *Public opinion and American democracy*. Nueva York: Knopf.
- KINDER, D. R. y Sears, D. O. (1985). *Public Opinion and political action*. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3ra. ed., vol. 2, pp. 659-741). Nueva York: Random House.
- KINGDON, J. W. (1970). *Opinion leaders in the electorate*. *Public Opinion Quarterly*, 34, 256-261.
- KNORR-CETTINA, K. y Cicourel, A. V. (Eds.) (1981). *Advances in social theory and methodology: Toward an integration of micro-and macro- sociologies*. Boston: Routledge & Kegan Paul.
- KORNHAUSER, W. (1959). *The politics of mass society*. Nueva York: Free Press.

- KRIPPENDORFF, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage.
- KROSNICK, J. A. (1988a). *The role of attitude importance in social evaluation: A study of policy preferences presidential candidate evaluations, and voting behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 196-210.
- (1988b). *Attitude importance and attitude change*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24, 240-255.
- (1990). *Government policy and citizen passion: A study of issue publics in contemporary American*. *Political behavior*, 12, 59-92.
- KROSNICK, J. A. y Berent, M. K. (1990, mayo). *The impact of verbal labeling of response alternatives and branching on attitude measurement reliability in surveys*. Ponencia presentada en la Reunión Anual de la Asociación Mundial para la Investigación de la Opinión Pública, Lancaster, PA.
- LANE, R. E. (1962). *Political ideology*. Nueva York: Free Press.
- LANE, R. E. y Sears, D. O. (1964). *Public Opinion*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- LANG, G. E. y Lang, K. (1983). *The battle for public opinion: The president, the press, and the polls during Watergate*. Nueva York: Columbia University Press.
- LASORSA, D. L. (1989). *Real and perceived effects of "Amerika."* *Journalism Quarterly*, 66, 373-378.
- LASSWELL, H. D. (1927). *Propaganda technique in the world war*. Nueva York: Knopf.
- (1941). *Democracy through public opinion*. Menasha, WI: George Banta.
- (1948). *The structure and function of communication in society*. En L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). Nueva York: Harper & Row.
- (1957). *The impact of public opinion research on our society*. *Public Opinion Quarterly*, 21, 33-39.
- LAZARSELD, P. F. (1944). *The controversy over detailed interviews-an offer for negotiation*. *Public Opinion Quarterly*, 8, 38-60.
- (1957). *Public opinion and the classical tradition*. *Public Opinion Quarterly*, 21, 39-53.

- LAZARSFELD, P. F., Berelson, B. y Gaudet, H. (1944). *The people's choice*. Nueva York: Duell, Sloan & Pearce.
- LAZARSFELD, P. F. y Menzel, H. (1961). *On the relations between individual and collective properties*. En A. Etzioni (Ed.), *Complex organizations: A sociological reader* (pp. 422-450). Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- LAZARSFELD, P. F. y Merton, R. K. (1948). *Mass communication, popular taste, and organized social action*. En L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 95-118). Nueva York: Harper & Row.
- LEBON, G. (1960). *The crowd* (R. K. Merton. Ed.). Nueva York: Viking. (Trabajo original publicado en 1895.)
- LEFF, D., Protess, D. y Brooks, S. (1986). *Changing public attitudes and policymaking agendas*. *Public Opinion Quarterly*, 50, 300-314.
- LEWIN, K. (1948). *Resolving social conflicts: Selected papers on group dynamics*. Nueva York: Harper & Row.
- LICHTER, S. R. y Rothman, S. (1981, octubre/noviembre). *Media and business elites*. *Public Opinion*, 4, 42-46, 50-60.
- LIKERT, R. (1931). *A technique for the measurement of attitudes*. *Archives of Psychology*. Nueva York: Columbia University Press.
- LINK, H. C. (1943). *An Experiment in depth interviewing on the issue of internationalism vs. isolationism*. *Public Opinion Quarterly*, 7, 267-279.
- LINSKY, M. (1986). *Impact: How The press affects federal policy-making*. Nueva York: W. W. Norton.
- LIPPMANN, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- (1925). *The Phantom Public*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- LISKA, A. E. (Ed.) (1975). *The consistency controversy: Readings on the impact of attitudes on behavior*. Nueva York: Wiley.
- LOCKE, J. (1975). *An essay concerning human understanding* (A. C. Fraser, Ed., 2 vols.). Oxford, UK: Clarendon Press. (Trabajo original publicado en 1690.)
- (1963). *Two treatises of government*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. (Trabajo original publicado en 1690.)

- LOWELL, A. L. (1913). *Public opinion and popular government*. Nueva York: Longmans, Green.
- LUSKIN, R. C. (1987). *Measuring political sophistication*. *American Journal of Political Science*, 31, 856-899.
- LYND, R. S. y Lynd, H. M. (1929). *Middletown: A study in American culture*. Nueva York: Harcourt, Brace.
- MACAULAY, T. B. (1989). *Complete works*. Nueva York: Putnam's.
- MACKAY, C. (1956). *Extraordinary popular delusions and the madness of crowds*. Londres: G. G. Harrap. (Trabajo original publicado en 1841.)
- MACKIE, D. M. (1986). *Social identification effects in group polarization*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 720-728.
- MACKUEN, M. B. y Coombs, S. L. (1981). *More than news: Media power in public affairs*. Beverly Hills, CA: Sage.
- MADISON, J. (1966). *The federalist papers*. Nueva York: Doubleday. (Trabajo original publicado en 1788.)
- MARCUS, A. S. y Bauer, R. A. (1964). *Yes: There are generalized opinion leaders*. *Public Opinion Quarterly*, 28, 628-632.
- MARKUS, H. y Zajonc, R. B. (1985). *The cognitive perspective in social psychology*. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3ra. ed., vol. 1, pp. 137-230). Nueva York: Random House.
- MERTEN, K. (1985). *Some silence in the spiral of silence*. En K. Sanders, Sanders, L. L. Kaid y D. Nimmo (Eds.), *Political communication yearbook, 1984* (pp. 31-42). Carbondale: Southern Illinois Press.
- MERTON, R. K. (1987). *The focussed interview and focus groups: Continuities and discontinuities*. *Public Opinion Quarterly*, 51, 550-566.
- MERTON, R. K., Fiske, M. y Curtis, A. (1971). *Mass persuasion*. Westport, CT: Greenwood Press. (Trabajo original publicado en 1946.)
- MERTON, R. K. y Kendall, P. L. (1946). *The focussed interview*. *American Journal of Sociology*, 51, 541-557.
- MCCLOSKEY, H. (1964). *Consensus and ideology in American politics*. *American Political Science Review*, 58, 361-382.
- MCCOMBS, M. E. y Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of the mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

- MCDUGALL, W. (1920). *The group mind*. Nueva York: Putnam's.
- MCGUIRE, W. J. (1985). *Attitudes and attitude change*. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3ra. ed., vol. 2, pp. 233-346). Nueva York: Random House.
- MILBRATH, L. (1963). *The Washington lobbyists*. Chicago: Rand McNally.
- MILLER, W. E. y Stokes, D. E. (1963). *Constituency influence in Congress*. *American Political Science Review*, 57, 45-56.
- MILLS, C. W. (1956). *The power elite*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- MINAR, D. W. (1960). *Public opinion in the perspective of political theory*. *The Western Political Quarterly*, 23, 31-44.
- MOSCOVICI, S. (1976). *Social influence and social change*. Londres: Academic Press.
- (1985). *Social influence and conformity*. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3ra. ed., vol. 2, pp. 347-412). Nueva York: Random House.
- MUTZ, D. C. (1989). *The influence of perceptions of media influence: Third person effects and the public expression of opinions*. *International Journal of Public Opinion Research*, 1, 3-23.
- NAMENWIRTH, J. Z., Miller, R. L. y Weber, R. P. (1981). *Organizations have opinions: A redefinition of publics*. *Public Opinion Quarterly*, 45, 463-479.
- NASS, C. I. y Reeves, B. (1991). *Combining, distinguishing, and generating theories in communication research: A domains of analysis framework*. *Communication Research*, 18, 240-261.
- NATHANS, B. (1990). *Habermas's "public sphere" in the era of the French Revolution*. *French Historical Studies*, 16, 620-644.
- NEUMAN, W. R. (1986). *The paradox of mass politics: Knowledge and opinion in the American electorate*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- NIE, N. H., Verba, S. y Petrocik, J. R. (1976). *The changing American voter*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- NIMMO, D. (1978). *Political communication and public opinion in America*. Santa Mónica, CA: Goodyear.
- NOELLE-Neumann, E. (1970). *Wanted: Rules for wording structured questionnaires*. *Public Opinion Quarterly*, 34, 191-201.

- (1979). *Public opinion and the classical tradition*. *Public Opinion Quarterly*, 43, 143-156.
- (1984). *The spiral of silence: Public Opinion-our social skin*. Chicago: University of Chicago Press. (Trabajo original publicado en 1980.)
- O'GORMAN, H. J. (1975). *White and black perceptions of racial values*. *Public Opinion Quarterly*, 43, 48-59.
- O'GORMAN, H. J. y Garry, S. L. (1976). *Pluralistic ignorance-A replication and extension*. *Public Opinion Quarterly*, 40, 449-458.
- OLIEN, C. N., Tichenor, P. J., Donohue, G. A., Sandstrom, K. L. y Mcleod, D. M. (1990). *Community structure and editor opinions about planning*. *Journalism Quarterly*, 67, 119-127.
- OZOUF, M. (1988). *"Public opinion" at the end of the Old Regime*. *Journal of Modern History*, 60, S1-S21.
- PAGE, B. I., Shapiro, R. Y. y Dempsey, G. R. (1987). *What moves public opinion?* *American Political Science Review*, 81, 23-43.
- PAISLEY, W. (1984). *Communication in the communication science*. En B. Dervin y M. J. Voigt (Eds.), *Progress in the communication sciences* (vol. 5, pp. 1-43). Norwood, NJ: Ablex.
- PALMER, P. A. (1936). *Public opinion in political theory*. En C. Wittke (Ed.), *Essays in history and political theory: En honor of Charles Howard McIlwain* (pp. 230-257). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- PAN, Z. y McLeod, J. M. (1991). *Multilevel analysis in mass communication research*. *Communication Research*, 18, 140-173.
- PARK, R. E. (1972). *The crowd and the public and other essays* (H. Elsnor, Jr., Ed., C. Elsnor, Trad.). Chicago: University of Chicago Press. (Trabajo original publicado en 1904.)
- PATEMAN, C. (1970). *Participation and democratic theory*. Londres: Cambridge University Press.
- PAYNE, S. L. (1951). *The art of asking questions*. Princeton University Press.
- PEARCE, W. B., Stamm, K. R. y Strentz, H. (1971). *Communication and polarization during a campus strike*. *Public Opinion Quarterly*, 35, 228-236.

- PERLOFF, R. M. (1989). *Ego-involvement and the third person effect of televised news*. *Communication Research*, 16, 236-262.
- PETERS, J. D. (1989). *Revising the 18th-century script*. *Gannett Center Journal*, 3, 152-166.
- PRATKANIS, A. R. y Greenwald, A. G. (1989). *A sociocognitive model of attitude structure and function*. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 22, pp. 245-285). Nueva York: Academic Press.
- PRICE, V. (1988). *On the public aspect of opinion: Linking levels of analysis in public opinion research*. *Communication Research*, 15, 659-679.
- (1989). *Social identification and public opinion: Effects of communicating group conflict*. *Public Opinion Quarterly*, 53, 197-224.
- PRICE, V. y Hsu, M. L. (1992). *Public opinion about AIDS: The role of misinformation and attitudes toward homosexuals*. *Public Opinion Quarterly*, 56, 29-52.
- PRICE, V., Ritchie, L. D. y Eulau, H. (1991). *Cross-level challenges for communication research*. *Communication Research*, 18, 262-271.
- PRICE, V. y Roberts, D. F. (1987). *Public opinion processes*. En C. R. Berger y S. H. Chaffec (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 781-816). Newbury Park, CA: Sage.
- PRICE, V. y Zaller, J. (1990, agosto). *Measuring individual differences in likelihood of news reception*. Ponencia presentada en la Conferencia Anual de la Asociación Americana para la Ciencia Política, San Francisco, CA.
- PROTESS, D. L., Cook, F. L., Curtin, T. R., Gordon, M. T., Leff, D. R., McCombs, M. E. y Miller, P. (1987). *The impact of investigative reporting on public opinion and policy making: Targeting toxic waste*. *Public Opinion Quarterly*, 51, 166-185.
- PROTESS, D. L., Leff, D. R., Brooks, S. C. y Gordon, M. T. (1985). *Uncovering rape: The watchdog press and the limits of agenda-setting*. *Public Opinion Quarterly*, 49, 19-37.
- PROTHRO, J. W. y Grigg, C. M. (1969). *Fundamental principles of democracy: Bases of agreement disagreement*. *Journal of Politics*, 22, 276-294.

- REID, F. M. (1983). *Polarizing effects of intergroup comparison*. *European Journal of Social Psychology*, 13, 105-106.
- RIECKEN, H. W. (1952). *Some problems of consensus and development*. *Rural Sociology*, 17, 245-252.
- RIESMAN, D. y Glazer, N. (1948). *The meaning of opinion*. *Public Opinion Quarterly*, 12, 633-648.
- RIVERS, D. y Rose, N. L. (1985). *Passing the president's program: Public opinion and presidential influence in Congress*. *American Journal of Political Science*, 29, 183-196.
- ROBINSON, J. P. y Levy, M. R. (1986). *The main source: Learning from television news*. Newbury Park: Sage.
- ROBINSON, M. J. (1983, febrero/marzo). *Just how liberal is the news? 1980 revisited*. *Public Opinion*, 6, 55-60.
- ROKEACH, M. (1960). *The open and closed mind*. Nueva York: Basic Books.
- (1968). *The role of values in public opinion research*. *Public Opinion Quarterly*, 32, 547-559.
- (1973). *The nature of human values*. Nueva York: Free Press.
- ROLL, C. W. y Cantril, A. H. (1972). *Polls: Their use and misuse in politics*. Nueva York: Basic Books.
- ROSENAU, J. (1961). *Public opinion and foreign policy*. Nueva York: Random House.
- (1963). *National leadership and foreign policy*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- ROSENSTONE, S. J. y Diamond, G. A. (1990). *Measuring public opinion on political issues*. (Reporte para the National Election Studies Board of Overseas.) Ann Arbor, MI: Institute for Social Research.
- ROSHCO, B. (1975). *Newsmaking*. Chicago: University of Chicago Press.
- ROUSSEAU, J. J. (1968). *The social contract*. (M. Cranston, trad.) Harmondsworth, UK: Penguin. (Trabajo original publicado en 1762.)
- RUGG, D. (1941). *Experiments in wording questions: II*. *Public Opinion Quarterly*, 5, 91-92.
- RUGG, D. y Cantril, H. (1944). *The wording of questions*. En H. Cantril (Ed.), *Gauging public opinion* (pp. 23-50). Princeton, NJ: Princeton University Press.

- RUSSETT, B. M. y Hanson, E. C. (1975). *Interest and ideology: The foreign policy beliefs of American businessmen*. San Francisco: W. H. Freeman.
- SABATO, L. J. (1981). *The rise of political consultants*. Nueva York: Basic Books.
- SCHACHTER, S. (1951). *Deviation, rejection, and communication*. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 46, 190-207.
- SCHATTSCHEIDER, E. E. (1960). *The semisovereign people: A realist's view of democracy in America*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- SCHRAMM, W. (1964). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries*. Stanford University Press.
- SCHUMAN, H. y Johnson, M. P. (1976). *Attitudes and behavior*. *Annual Review of Sociology*, 2, 161-207.
- SCHUMAN, H. y Presser, S. (1981). *Questions and answer in attitudes surveys: Experiments on question form, wording, and context*. Nueva York: Academic Press.
- SCHUMPETER, J. A. (1943). *Capitalism, socialism, and democracy*. Londres: Allen & Unwin.
- SCHWARZ, N. (1990). *What respondents learn from scales: The informative functions of response alternatives*. *International Journal of Public Opinion Research*, 2, 274, 285.
- SCHWARZ, N., Strack, F., Muller, G. y Chassein, B. (1988). *The range of the response alternatives may determine the meaning of the question*. *Social Cognition*, 6, 107-117.
- SHIBUTANI, T. (1955). *Reference groups as perspectives*. *American Journal of Sociology*, 60, 562-569.
- SKOTT, H. E. (1943). *Attitudes research in the Department of Agriculture*. *Public Opinion Quarterly*, 7, 280-292.
- SMITH, B. L., Lasswell, H. D. y Casey, R. D. (1946). *Propaganda, communication, and public opinion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- SMITH, M. B., Bruner, J. S. y White, R. W. (1956). *Opinions and Personality*. Nueva York: John Wiley.
- SMITH, T. W. (1987). *That which we call welfare by any other name would smell sweeter: An Analysis of the impact of question wording on response patterns*. *Public Opinion Quarterly*, 51, 75-83.

- SPEIER, H. (1950). *The historical development of public opinion*. *American Journal of Sociology*, 55, 376-388.
- STANLEY, H. W. y Niemi, R. G. (1988). *Vital statistics on American politics*. Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- STIPP, H. y Kerr, D. (1989). *Determinants of public opinion about AIDS*. *Public Opinion Quarterly*, 53, 98-106.
- STOUFFER, S. A. (1955). *Communism, Conformity, and civil liberties: A cross-section of the nation speaks its mind*. Garden City, NY: Doubleday.
- SUDMAN, S. y Bradburn, N. M. (1974). *Response effects in surveys: A review and synthesis*. Chicago: Aldine.
- (1982). *Asking question*. San Francisco: Jossey-Bass.
- (1987). *The organization growth of public opinion research in the Unites States*. *Public Opinion Quarterly*, 51, S67-S78.
- TAJFEL, H. y Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of group conflict*. En W. G. Austin y S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relation*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- TARDE, G. (1903). *The laws of imitation*. Nueva York: Holt. (Trabajo original publicado en 1980.)
- TAYLOR, D. G. (1986). *Public opinion and collective action. The Boston school desegregation conflict*. Chicago: University of Chicago Press.
- TAYLOR, S. E. (1982). *The availability bias in social perception*. En D. Kahneman, P. Slovic y A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases* (pp. 190-200). Nueva York: Cambridge University Press.
- THURSTONE, L. L. y Chave, E. J. (1929). *The measurement of attitudes*. Chicago: University of Chicago Press.
- TICHENOR, P. J., Donohue, G. A. y Olien, C. N. (1980). *Community conflict and the press*. Beverly Hills, CA: Sage.
- TIMES Mirror Center for the People and the Press. (1990). *The age of indifference: A study of young Americans and how they view the news*. Washington, DC: Times Mirror Center for the People and the Press.
- TOCQUEVILLE, A. (1945). *Democracy in America* (2 vols.). Nueva York: Knopf (Trabajo original publicado en 1835, 1840.)

- TOURANGEAU, R. y Rasinski, K. A. (1988). *Cognitive processes underlying context effects in attitudes measurement*. Psychological Bulletin, 103, 299-314.
- TRAUGOTT, M. W. y Tucker, C. (1984). *Strategies for predicting whether a citizen will vote and estimation of electoral outcomes*. Public Opinion Quarterly, 48, 330-343.
- TURNER, J. C. (1982). *Towards a cognitive redefinition of social group*. En H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 15-40). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- TURNER, J. C. (1985). *Social categorization and the self-concept: A social-cognitive theory of group behavior*. En E. J. Lawler (Ed.), *Advances in group processes* (vol. 2, pp. 77-122). Greenwich, CT: JAI Press.
- (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford, UK: Basil Blackwell Ltd.
- TURNER, R. H. y Killian, L. M. (1957). *Collective behavior*. Englewood.
- TVERSKY, A. y Kahneman, D. (1982). *Judgments under uncertainty: Heuristics and biases*. En D. Kahneman, P. Slovic y A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases* (pp. 3-20). Nueva York: Cambridge University Press.
- VANLEUVEN, J. K. y Slater, M. D. (1991). *Publics, organization, and the media: How changing relationships shape the public opinion process*. En J. E. Gruning y L. Gruning (Eds.), *Public Relations Review Annual* (vol. 3, pp. 165-178). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- WEAVER, D. H., Graber D.A., McCombs, M. E. y Eyal, C. H. (1981). *Media agenda-setting in a presidential election: Issues, images, interest*. Nueva York: Praeger.
- WEISS, C. H. (1986). *Validity of welfare mothers' interview responses*. Public Opinion Quarterly, 32, 622-633.
- WHITE, W. (1961). *Beyond conformity*. Nueva York: Free Press.
- WIEBE, G. D. (1953). *Some implications of separating opinion from attitudes*. Public Opinion Quarterly, 17, 328-352.
- YOUNG, K. (1948). *Comments on the nature of public opinion*. International Journal of Opinion and Attitudes Research, 2, 385.

- ZALLER, J. y Feldman, S. (1987, agosto). *Frame of reference and the survey response*. Ponencia presentada en la Conferencia Anual de la Asociación Americana de la Ciencia Política, Chicago, IL.

Índice onomástico

A

- Abelson, R. P. 78, 84
Achen, C. 76
Alexander, J. C. 125
Allen, V. L. 37, 105
Allport, F. H. 15, 54, 56, 66, 67, 70, 72, 84, 96, 98, 119
Almond, G. 49, 51, 59, 62, 63
Arterton, F. C. 109
Asch, S. E. 75
Atkin, C. K. 85

B

- Bagdikian, B. H. 114
Baker, K. M. 16, 23, 24, 27, 28, 29, 40, 111
Baldwin, J. M. 41
Ball-Rokeach, S. J. 81
Bartels, L. M. 126
Bauer, R. A. 64
Bem, D. J. 73, 85
Beniger, J. R. 109
Bennett, S. E. 57
Bentham, J. 15, 20, 29, 30, 31
Berelson, B. 15, 26, 28, 33, 49, 55, 71, 85, 98
Berent, M. K. 100
Binkley, R. C. 32
Bishop, G. F. 57, 58, 77, 87
Blumer, H. 16, 26, 42, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 55, 65,
66, 107, 122
Bogardus, E. S. 42
Bogart, L. 55
Borg, M. J. 76
Boynton, G. R. 62

- Bradburn, N. M. 70, 87, 99
 Breed, W. 112
 Brooks, S. C. 123
 Bruner, J. S. 80
 Bryce, J. 15, 32, 34, 35, 37, 50, 55, 57, 65, 66, 85, 99, 100
- C**
- Cacioppo, J. T. 95
 Calder, B. J. 121
 Campbell, A. 61
 Cantril, A. H. 59, 88, 115, 116
 Cantril, H. 38, 70, 87, 88, 95, 99
 Carey, J. W. 26, 101, 110, 114
 Cartwright, D. 38, 105
 Casey, R. D. 38
 Chaffee, S. H. 67, 85, 103
 Charters, W. W. 83
 Chassein, B. 100
 Chave, E. J. 69
 Childs, H. L. 16, 19, 24, 41, 56, 69, 71, 72
 Chomski, N. 39
 Cialdini, R. B. 95
 Cicourel 125
 Cobb, R. W. 42, 52, 53, 97
 Cohen, J. 96, 117
 Colombotos, J. 97
 Comisión para la Libertad de Prensa 30, 37
 Converse, J. M. 70, 76, 78, 83, 87, 99
 Converse, P. E. 41, 54, 57, 61, 76, 78, 83, 87, 90, 93, 99, 101
 Cook, F. L. 116, 119, 123
 Cooley, C. H. 16, 32, 35, 41, 69, 109
 Coombs, S. L. 119
 Cooper, E. 80
 Cooper, J. 95
 Crespi, I. 39, 57, 59, 85, 89, 95, 115, 116
 Crossley, A. M. 57, 70
 Croyle, R. T. 95
 Curtis, A. 121
 Cushman, D. P. 95

D

- Dahl, R. A. 40, 62, 116
 Darnton, R. 25, 27
 Davison, W. P. 19, 42, 50, 51, 52, 66, 70, 84, 96, 118, 123
 Dempsey, G. R. 119
 Devine, D. J. 49, 59, 60, 61
 Dewey, J. 33, 35, 36, 51, 64, 114
 Diamond, G. A. 90
 Dohrenwend, B. P. 97
 Donohue, G. A. 118
 Doob, L. W. 38, 71, 72
 Downs, A. 66

E

- Edelman, M. 38, 76
 Elder, C. C. 42, 52, 53
 Eldersveld, S. 38
 Elsner, H. Jr. 66
 Entman, R. M. 37
 Erksine, H. G. 57
 Escarpit, R. 48
 Ettema, J. S. 112
 Eulau, H. 102, 103, 125
 Eyal, C. H. 117

F

- Fan, D. P. 119, 120
 Feldman, J. J. 77, 91, 92, 97
 Feldman, S. 81
 Festinger, L. 106
 Fields, J. M. 96, 118
 Finkel, S. E. 76
 Fiske, M. 121
 Fiske, S. T. 78
 Fleming, D. 69, 71, 72, 73, 74
 Foote, N. N. 42, 45, 50, 51, 66

G

- Gallup, G. 39, 54, 55, 57, 70, 74, 116
 Gamson, W. A. 79, 116, 119, 120, 121
 Garry, S. L. 118
 Gaudet, H. 15, 38
 Giesen, B. 125
 Gillovich, T. 79
 Ginsberg, B. 24, 33, 38, 39
 Gitlin, T. 39
 Glazer, N. 70, 89, 93, 94, 114
 Glynn, C. J. 96
 Gordon, M. T. 123
 Graber, D. A. 49, 57, 65, 78, 117, 121
 Granberg, D. 118
 Greenwald, A. G. 79, 80, 99
 Grigg, C. M. 88
 Grube, J. W. 81
 Grunig, J. E. 96
 Gunn, J. A. W. 24, 40
 Gunther, A. 96
 Guterbock, T. M. 76

H

- Habermas, J. 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 39, 40
 Hanson, E. C. 118
 Hart, C. W. 42, 45, 50, 51, 66, 97
 Hedlund, R. D. 62
 Held, D. 21, 25, 27, 29, 30, 40
 Hennessey, B. C. 72
 Herman, E. S. 39
 Herzog, H. 38
 Hippler, H. J. 99
 Hochschild 85, 99, 121
 Holsti, O. R. 119
 Hovland, C. I. 15, 74
 Hsu, M. L. 81
 Hume, D. 21
 Hyman, H. H. 82, 97, 122
 Hymes, R. W. 99

I

Iyengar, S. 79, 117

J

- Jahoda, M. 80
 James, W. 41
 Janis, I. L. 74
 Jennings, M. K. 118
 Johnson, M. P. 95
 Judd, C. M. 99

K

- Kahneman, D. 85
 Kaplan, A. 19
 Katz, D. 38, 80, 85
 Katz, E. 49, 64
 Keeter, S. 76
 Kelley, H. H. 74, 83
 Kelman, H. C. 85, 95
 Kendall, P. L. 121
 Kerr, D. 81
 Key, V. O. 16, 40, 43, 49, 54, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66,
 72, 98, 111, 116
 Killian, L. M. 66
 Kinder, D. R. 57, 78, 79, 82, 117
 Kingdon, J. W. 61
 Knorr-Cetina, K. 125
 Kornhauser, W. 38, 48
 Krippendorff, K. 119
 Krosnick, J. A. 64, 93, 94, 100
 Kulik, J. A. 99

L

- Lane, R. E. 72, 78, 91, 92, 93
 Lang, G. E. 52, 65, 66, 110, 111, 113
 Lang, K. 52, 65, 66, 110, 111, 113

- Lasorsa, K. 96
 Lasswell, H. D. 33, 36, 38, 111, 112, 114
 Lazarsfeld, P. F. 15, 24, 26, 32, 49, 64, 70, 114, 121, 125
 LeBon, G. 33, 41, 43, 44, 45
 Lee, A. M. 38
 Leff, D. 123
 Levy, M. R. 60
 Lewin, K. 105
 Lichter, S. R. 113
 Likert, R. 69
 Link H. C. 121
 Linsky, M. 113
 Lippmann, W. 15, 33, 34, 35, 36, 38, 46, 51, 52, 55, 57, 60, 61, 114
 Liska, A. E. 95
 Locke, J. 20, 22, 25, 33
 Lowell, A. L. 15, 28, 32, 33, 37, 40
 Lumsdaine, A. A. 15
 Luskin, R. C. 78
 Lynd, H. M. 70
 Lynd, R. S. 70
- M**
- Macaulay, T. B. 30
 Mackay, C. 33
 Mackie, D. M. 83
 MacKuen, M. B. 119
 Madison, J. 29
 Marcus, A. S. 64
 Markus, H. 73, 78
 McClosky, H. 88
 McCombs, M. E. 117
 McDougall, W. 15
 McGuire, W. 71, 84, 98
 McLeod, D. M. 118
 McLeod, J. M. 96, 125
 McPhee, R. D. 95
 McPhee, W. 49
 Menzel, H. 125
 Merten, K. 114

- Merton, R. K. 114, 121
 Mill, J. S. 29, 30, 31
 Milbrath, L. 118
 Miller, R. L. 118
 Miller, W. E. 61, 118
 Mills, C. W. 26, 33, 39, 46, 48, 49, 62, 110
 Minar, D. W. 21, 30, 41
 Mitofsky, W. J. 76
 Modigliani, A. 79, 116, 119, 120
 Moscovici, S. 43, 105, 106
 Muller, G. 100
 Munch, R. 125
 Mutz, D. C. 96
- N**
- Namenwirth, J. Z. 118
 Nass, C. I. 125
 Nathans, B. 26, 27
 Neuman, W. R. 49, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 78
 Newcomb, T. M. 83
 Nie, N. H. 76
 Niemi, R. G. 114
 Nimmo, D. 42, 66
 Noelle-Neumann, E. 19, 22, 24, 33, 37, 40, 76, 90, 96, 113, 118
- O**
- O'Gorman, H. J. 118
 Oldendick, R. W. 57, 87
 Olien, C. N. 118
 Ostman, R. E. 96
 Ozouf, M. 22, 23, 24, 27, 28
- P**
- Page, B. J. 119
 Paisley, W. 102
 Palmer, P. A. 21, 28, 29, 30, 32, 40
 Pan, Z. 125
 Park, R. E. 26, 42, 44, 45, 46, 47, 50, 54, 55, 66

- Pateman, C. 27, 31, 40
 Patterson, S. C. 62
 Payne, S. L. 70, 88, 99
 Pearce, W. B. 96
 Perloff, R. M. 96
 Peters, J. D.
 Petrocik, J. R. 76
 Petty, R. E. 95
 Pratkanis, A. R. 79, 80, 99
 Presser, S. 56, 58, 70, 77, 87, 88, 90, 91, 93, 95, 99, 100, 117
 Price, V. 42, 43, 49, 52, 60, 64, 81, 83, 85, 86, 96, 101, 107,
 109, 111, 112, 125
 Proress, D. L. 123
 Prothro, J. W. 88
- R**
- Rae, S. 39, 54, 116
 Rasinski, K. A. 87
 Reeves, B. 125
 Reid, F. M. 83
 Riecken, H. W. 106
 Riesman, D. 70, 89, 93, 94, 114
 Ritchie, L. D. 125
 Rivers, D. 111
 Roberts, D. F. 42, 49, 85, 86, 101, 107, 109, 111, 112
 Robinson, J. P. 60.
 Robinson, M. J. 114
 Rokeach, M. 81
 Roll, C. W. 88
 Roper, E. 57, 70, 74
 Rose, N. L. 111
 Rosenau, J. 118
 Rosenstone, S. J. 90
 Roshco, B. 112
 Rothman, S. 113
 Rousseau, J. J. 15, 20, 24, 27, 29, 30, 31, 49
 Rugg, D. 87, 88
 Russett, B. M. 118

S

- Sabato, L. J. 58, 111
 Sandstrom, K. L. 118
 Schachter, S. 106
 Schattschneider, E. E. 33, 36, 37, 51, 52, 53, 83
 Schramm, W. 112
 Schuman, H. 56, 58, 70, 77, 87, 88, 90, 91, 93, 95, 96, 99, 100,
 117, 118
 Schumpeter, J. A. 29, 40
 Schwarz, N. 87, 99, 100
 Sears, D. O. 57, 72, 78, 82, 91, 92, 93
 Shapiro, R. Y. 119
 Shaw, D. L. 117
 Sheffield, F. D. 15
 Shibutani, T. 82
 Singer, E. 82
 Skott, H. E. 121
 Slater, M. D. 66
 Smelser, N. J. 125
 Smith, B. L. 38
 Smith, M. B. 80
 Smith, T. W. 88
 Speier, H. 22, 23, 24, 25, 29, 33, 40
 Stamm, K. R. 96
 Stanley, H. W. 114
 Steiner, G. A. 71, 98
 Stember, C. H. 97
 Stipp, H. 81
 Stokes, D. E. 61, 118
 Stouffer, S. A. 55
 Strack, F. 100
 Strentz, H. 96
 Sudman, S. 70, 87, 99

T

- Tajfel, H. 83
 Tarde, G. 15, 33, 41, 44
 Taylor, D. G. 52, 78, 85

Thurstone, L. L. 69, 71, 72, 73, 74, 77, 98
 Tichenor, P. J. 118
 Tims, A. R. 119
 Tocqueville, A. R. 35, 37, 55
 Tourangeau, R. 87
 Traugott, M. W. 59
 Tuchfarber, A. 57, 87
 Tucker, C. 59
 Turner, J. C. 82, 83
 Turner, R. H. 66
 Tversky, A. 85
 Tyler, T. R.

V

VanLeuven, J. R. 66
 Verba, S. 76

W

Wackman, D. B. 112
 Weaver, D. H. 117
 Weber, R. P. 118
 Weiss, C. H. 97
 White, R. W. 80
 White, W. 37
 Whitney, D. C. 112
 Wiebe, G. D. 70, 74, 75, 77, 84, 98

Y

Young, K. 42

Z

Zajonc, R. B. 73, 78
 Zaller, J. 60, 64, 77, 91, 92
 Zander, A. 105

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Lic. Raúl Padilla López
Rector

Dr. Víctor M. González Romero
Vicerrector ejecutivo

Lic. Guillermo A. Gómez Reyes
Secretario general

Lic. César Morones Servín
Centro de Estudios de Opinión

Lic. Gabriel Vallejo Zerón
Dirección de Publicaciones

Lic. Federico Reyes Heróles
Director de la revista Este País —tendencias y opiniones

Dr. Miguel Basáñez Ebergényi
Director de Prospectiva Estratégica, A.C.

MA: E
 55817259