

Hacia una ciencia de la opinión pública

Toward a Science of public opinion

Floyd H. Allport

Traducción: Esteban Laso

(Publicación original: Allport, Floyd H.; Toward a Science of public opinion. *The Public Opinion Quarterly*, 1(1), 7-23. Disponible en <http://www.jstor.org/stable/2744799>)

La literatura y el uso popular de la noción de “opinión pública” contienen concepciones que impiden pensar con claridad. Estas concepciones nacen de analogías, personificaciones y otras figuras literarias que se emplean por concisión periodística, para despertar imágenes vívidas y ocultar el sesgo emocional de quien escribe. Su uso es tan generalizado y respetado, incluso en los libros de texto de ciencias sociales y política, que es imprescindible examinarlas como un primer paso hacia la formulación de un abordaje científico viable.

Ficciones y callejones sin salida

1. La personificación de la opinión pública

De acuerdo con esta ficción, la opinión pública es vista como una suerte de ser que habita dentro o por encima de un grupo y expresa desde ese lugar su postura ante los temas que van surgiendo. A esto apuntan las metáforas “la voz de la opinión pública” y “la conciencia del pueblo”. Esta ficción nace de asumir que entre la opinión de un grupo en determinado momento y su opinión en otro momento existe una especie de continuidad de alma o principio anímico. Se dice, por ejemplo, que la opinión pública en 1830 favorecía la esclavitud mientras que se le oponía en 1930, como si fuese un *daimon* del grupo lo que ha cambiado de punto de vista. Obviamente, desde una perspectiva científica descriptiva, esta ficción desaparece: no encontramos más que grupos de individuos específicos que coinciden en algo en un momento y en otra cosa en momentos diferentes.

Aunque engañosa desde la perspectiva de la investigación, esta ficción tiene en su raíz un fenómeno genuino. Hay cierta continuidad psicológica en el hecho de que los individuos conservan a lo largo del tiempo ciertas ideas habituales, tradiciones, costumbres y fórmulas que condensan su pasada experiencia; en suma, un “reservorio” de creencias y prácticas aceptadas a partir del cual se toma partido ante muchos asuntos cotidianos. El error, sin embargo, es hacer de estas disposiciones neuronales corrientes de cada individuo una especie de “alma” colectiva llamada “opinión pública” que observa y decide ante los sucesos de actualidad.

2. La personificación del público

Una ficción semejante a la anterior ve no a la opinión *per se* sino al público que la sostiene como un ser colectivo y supra-orgánico. Se dice que “el pueblo” o “la sociedad” vuelca su mirada en esta o aquella

dirección, que “decide”, que “expresa su opinión”. Una de las consecuencias de esta forma de escribir vaga y periodística es que a este “pueblo” (que no existe como realidad objetiva y observable sino sólo como metáfora) se le puede atribuir cualquier opinión sin posibilidad alguna de verificación.

3. La falacia del público como totalidad

Menos mística pero igualmente ingenua es la visión de quien rechaza la idea de una mente grupal y afirma que al hablar de “el pueblo” se refiere a los individuos; pero que, no obstante, continúa usando expresiones como “el pueblo quiere esto y aquello” o “el país votó por la abstinencia”. Sea que personifiquemos o no al público, incurrimos en una falacia al usar un sustantivo colectivo como sujeto de una oración que denota una acción, ya que el aserto que el verbo formula se aplicará sólo a una parte del colectivo en cuestión. Mediante esta terminología, llamada también “falacia de la parte por el todo”, se ocultan las verdades acerca de las minorías que el investigador debe descubrir.

4. La falacia de la inclusión parcial en el uso de la palabra “público”

Estas críticas nos conducen a preguntarnos: ¿qué queremos decir con la palabra “público”? ¿Se trata de una población definida por la jurisdicción geográfica, política, comunitaria? ¿O es únicamente una colección de personas dentro de un área que comparten un interés determinado? La primera definición es *universalmente incluyente*, es decir, engloba a *todos y cada uno* de los individuos dentro de un área: su cuerpo, sus procesos y necesidades biológicas, sus diversas reacciones y opiniones. Esta definición no suele emplearse porque es demasiado completa; incluye tantas cosas que las categorías de los científicos sociales y los líderes políticos no alcanzan a comprenderlas. No podemos hablar de “la opinión” de este público que incluye múltiples opiniones, la mayoría irrelevantes o contradictorias.

Por tanto, la segunda definición es la que suele utilizarse. Su significado apunta no a la totalidad de cada individuo sino a la abstracción de un interés o conjunto específico de intereses comunes a una parte de la población. Aquellos que comparten dicho interés son llamados “*el público*”. Podemos bautizar este uso de la palabra como *inclusión parcial*. Ahora bien, supongamos que los individuos que comparten este interés (o sea, un público desde el punto de vista de la inclusión parcial) no son, al mismo tiempo, miembros de algún otro público de inclusión parcial. En otras palabras, supongamos que este público no se solapa con ningún otro. Si asumimos que la opinión se asocia con el interés (cosa probable en los asuntos importantes) este público se vuelve coextensivo con la distribución de la opinión acerca de ciertos temas. El público, así, se definiría como el número de personas que sostienen cierta opinión; y los individuos que comparten esa opinión serían miembros de ese público. La definición de público sería, entonces, circular. El término “público”, entendido como parcialmente inclusivo, sería superfluo para los fines de la investigación; el problema se reduciría a descubrir dónde y en qué medida existen estas alineaciones de opiniones en los individuos que conforman la población estudiada.

Supongamos, por otro lado, que los públicos se solapan; esto es, que un individuo puede pertenecer a la vez a dos o más grupos en función de las distintas opiniones o intereses que abraza ante diversos temas. En ese caso, si intentamos describir o descubrir mediante entrevistas la opinión de determinado grupo parcial (o “público”), puede que no sepamos dónde poner a un determinado individuo. Puesto que pertenece a dos grupos distintos puede tener actitudes que se contradicen en ciertos temas, una de las cuales debe ceder el paso a la otra. Si lo asignamos arbitrariamente a uno de los públicos corremos el riesgo de equivocarnos al juzgar la actitud dominante y producir así un resultado falso. Si lo asignamos a *ambos* lo contaremos por partida doble o haremos que ambas clasificaciones se cancelen mutuamente,

resultados los dos absurdos. Con esta terminología es imposible definir nuestro problema o descubrir nuestras unidades de observación. Las opiniones son reacciones individuales; no se las puede atribuir a una colectividad sin incurrir en la ambigüedad y falsear la investigación¹.

5. La ficción de la entidad ideacional

Otra forma anticientífica de referirse a la opinión pública, presente a veces en el uso popular e incluso literario, presenta al contenido de la opinión como una especie de "idea platónica" repartida entre las mentes de quienes la apoyan. La expresión "esa opinión es ya pública" ilustra este uso.

6. La teoría del "producto grupal" o emergente

Encontramos ahora fórmulas que no se refieren a personificaciones o actores sino a resultados. En este sentido, se entiende la opinión pública como un producto novedoso que emerge de la discusión grupal, un producto de la armonía entre mentes individuales que es distinto tanto del promedio o consenso como de la opinión de cualquiera de los individuos². Una variante de esta definición describe la opinión pública como "un paso en el camino a la decisión social, una especie de punto de encuentro para la voluntad social a medida que se organiza para la acción"³. Esta ficción y la siguiente serán discutidas en conjunto.

7. La teoría eulogística

Quienes ven la opinión pública como emergente de la discusión grupal suelen ir más lejos al considerar este resultado no sólo distinto sino superior a los productos de las mentes actuando en solitario. Se supone que en la interacción los errores son cribados y que la que finalmente prevalece es la opinión, mejorada, de los más lúcidos. Así, la opinión pública resulta ser no un segmento de la conducta común a un grupo sino un producto discreto de la interacción entre personalidades creativas⁴.

La crítica de las posturas eulogista y emergente requiere de finas distinciones. No cabe duda de que cuando un individuo participa de una discusión con otros tiende a alcanzar conclusiones distintas de las que hubiese alcanzado mediante la reflexión en solitario. El supuesto del que debemos precavernos, por su inutilidad para la metodología científica, es que este producto emergente es un ente *per se*, flotando en el espacio, perteneciente no a las reacciones individuales sino a la "mente grupal". En el pensamiento de un individuo en concreto, los argumentos A, B y C deben tener alguna relación; no es posible que A esté en la mente de un sujeto, B en la de otro y así sucesivamente, y produzcan aún así un emergente inteligible. *Uno o más individuos* tienen que expresar este emergente para que pueda ser objeto del conocimiento; y si es preciso que lo exprese un individuo es difícil aceptarlo como producto de un "proceso grupal" trascendente. Pues sin importar la conclusión alcanzada por los individuos gracias a la discusión, cuando ponen en práctica dicha conclusión, por ejemplo en el acto de votar, están expresando no sólo lo que *piensan* sino ante todo lo que *quieren*. Como hemos visto, puede que haya habido "pensamiento grupal" en los individuos; pero en la práctica son *los individuos* quienes hacen

¹ El profesor Dewey ha reconocido esta confusión en la noción de "público" y sus consecuencias al tratar con los problemas de la cosa pública (véase *The Public and its Problems*). Para una discusión de este punto y la postura de Dewey, véase F. H. Allport, *Institutional Behavior*, ensayo V. Para una exposición de la inclusión total o parcial en la metodología de las ciencias sociales véase F. H. Allport, "Group and Institution as Concepts in a Natural Science of Social Phenomena", *Publications of the American Sociological Society*, Vol. XXII, p. 83-99.

² Véase Kruger y Reckless, *Social Psychology*, p. 127, 226, y Gault, R. H., *Social Psychology*, p. 176-177.

³ Véase la definición citada por J. K. Folsom, *Social Psychology*, p. 446, en participar el capítulo IX.

⁴ Véase R. H. Gault, *op. cit.*

cosas, no el producto integral del pensamiento del grupo. Acaso actúen *de acuerdo con* el pensamiento del grupo, cosa difícil de saber en grupos grandes donde no es fácil determinar el contenido de esta opinión emergente.

Desde luego, hemos de admitir que los temas que definen los contenidos de la opinión pública no suelen ser *hechos* sino meras *opiniones*. Por ende, no hay forma de saber si el producto de la interacción entre sujetos es más o menos verdadero, mejor o peor, que las opiniones individuales. La interacción saca a relucir los temas y las posturas de cada individuo con claridad; en otras palabras, permite ver claramente *las motivaciones de cada individuo*. Sin embargo, esto no necesariamente constituye una solución inteligente al problema, ya que dicha solución sólo puede reconocerse en base a la experiencia, *ex post facto*, cuando el asunto discutido se ha convertido en un hecho. Y en este punto es más probable que el “emergente” sea resultado no sólo de la deliberación grupal sino de la experiencia directa con el asunto en cuestión⁵.

No negamos la posibilidad de que exista un producto superior nacido de la interacción entre individuos. Lo que afirmamos es que, si existe, no se sabe de qué manera, cómo estudiarlo, identificarlo o ponerlo a prueba o bajo qué cánones debe juzgarse su valor. Aunque no puedan falsearse en el plano de la discusión teórica, este tipo de teorías conducen a callejones sin salida en lo tocante al abordaje científico del problema. Quizá sus defensores tomaron como modelo comunidades pequeñas, totalmente inclusivas, rurales o fronterizas donde la adaptación a la naturaleza y el prójimo es directa y la opinión común idéntica a la vida en común; quizá pensaban en discusiones entabladas con el propósito de alcanzar una conclusión que satisfaga a todos los interlocutores. Pero en nuestras poblaciones urbanas, grandes y siempre crecientes, complejas en su organización y composición, donde el contacto cara a cara está cediendo el paso a las relaciones profesionales y de rol, cabe dudar de que una buena parte de las conclusiones del individuo se deriven de la discusión con los demás. Algo de eso ocurre, sin duda; pero alterado por el condicionamiento emocional, la susceptibilidad a los estereotipos, símbolos y actividades persuasivas de los líderes políticos además de la preocupación inflexible por los intereses propios. En todo caso, la idea de que la opinión pública es un producto del pensamiento grupal que trasciende el pensamiento de los individuos y se erige como una especie de voluntad o juicio supraindividual es científicamente estéril. Como las anteriores, la motivación de esta teoría puede ser el deseo de los publicistas de un apoyo colectivo a sus actividades. El optimismo de las teorías emergente y eulogista conduce a una falsa seguridad que tiende a descuidar la investigación empírica de las opiniones en sí mismas.

8. La confusión entre opinión pública y presentación pública de una opinión (“falacia periodística”)

Hasta aquí hemos tratado con teorías de la naturaleza de la opinión pública. Hemos de añadir una falacia frecuente sobre el criterio por el que una opinión dada debe considerarse “pública” (es decir, ampliamente aceptada). Se trata de la ilusión de que el ítem que se encuentra impreso como “opinión pública”, o que se escucha en la radio a título de “el sentir público” tiene realmente este carácter de apoyo e importancia globales. Este cándido error ha sido promovido por revistas de opinión y por las encuestas que claman por una acción popular o legislativa en las que la evidencia presentada sobre la “opinión pública” consiste en recortes de noticias y editoriales de diversas partes del país. La falta de

⁵ Para el análisis de ciertos efectos de la discusión grupal en la precisión de la opinión véase el artículo del autor en Achilles, P. S., *Psychology at Work*, p. 214-218; también Jennes, Arthur, “Social Influences in the Change of Opinion”, *Jn. Of Abnormal and Social Psychology*, 1932, 27, 29-34, y “The Role of Discussion in Changing Opinion Regarding a Matter of Fact”, *Jn. Of Abnormal and Social Psychology*, 1932, 27, 279-296.

base estadística y de estudios sobre este material y la verdadera opinión subyacente es tan obvia que no hace falta más comentario.

Algunos acuerdos y una propuesta de diferencias

Pese a estas inútiles caracterizaciones de la opinión pública, subsisten ciertos puntos de acuerdo en el trabajo de varios investigadores que nos ayudarán a pasar del callejón sin salida al camino correcto. Nos atrevemos a formularlos a nuestro modo y a añadir unas cuantas distinciones que creemos valiosas para la investigación. Los fenómenos llamados "opinión pública" son en esencia *instancias de comportamiento* que cumplen las siguientes características.

- a. Son comportamientos de los *individuos* humanos.
- b. Implican *verbalización*.
- c. Son realizados (o las palabras son expresadas) por *muchos* individuos.
- d. Están dirigidos hacia un *tema o situación universalmente conocidos*.
- e. Este tema o situación es *de importancia general*.
- f. Representan *una acción o tendencia a la acción* en términos de *aprobación o desaprobación* del tema en cuestión.
- g. Con frecuencia se realizan *a sabiendas de que los demás han reaccionado a la misma situación* de una forma semejante.
- h. Las actitudes u opiniones *son expresadas* o, al menos, podrían ser expresadas en la situación apropiada.
- i. Los individuos que realizan o podrían realizar estos actos pueden o no hacerlo en presencia de otros (la situación de la opinión pública en relación con la multitud).
- j. Sus contenidos verbales pueden ser tanto *permanentes como transitorios*, constituyendo respectivamente "material genético de base" o "*postura actual ante el asunto en cuestión*".
- k. Consisten en *esfuerzos presentes de oponerse a algo o conseguir algo* más que en patrones prolongados de conducta (la opinión pública en contraste con la ley y la costumbre).
- l. Puesto que versan sobre temas comunes frecuentemente *implican conflictos entre individuos alineados en bandos opuestos*.
- m. Son lo bastante intensos y numerosos como para *que exista una probabilidad de que logren alcanzar su objetivo*.

Estos acuerdos requieren algunos comentarios. El primer punto, que el contenido del fenómeno debe entenderse como relacionado con la *conducta real de los individuos* es evidente de suyo. No basta con que sea una invención, por ejemplo, del periodista que la expone como auténtica. En cuanto al punto (c), "muchos" individuos, el número o proporción específicos varía según el caso y no se puede establecer de antemano. A este respecto cabe considerar el número que se requiere para producir un avance hacia el objetivo (punto m).

(b) Verbalización: el objeto o situación que sirve de estímulo común tiene que poderse expresar en palabras de manera clara y no problemática. No puede existir opinión sin que se pueda verbalizar el contenido de dicha opinión. La *respuesta* de los individuos a esta situación estímulo puede ser verbal o no verbal; por ejemplo, un gesto, emoción o rictus. Sin embargo, esta reacción debe ser *traducible a palabras*, por ejemplo, a expresiones de aprobación o desaprobación.

(d) Un mismo objeto como estímulo: el objeto o situación a que se dirigen las respuestas individuales debe ser entendido con claridad y parte de la experiencia de todos. Debe ser lo suficientemente limitado como para mover a una propuesta definida de acción. No puede ser, por ejemplo, el hecho de la carga impositiva en sí, sino un impuesto en particular. En rigor, acerca de la naturaleza de la deidad no existe opinión pública; sí acerca de las afirmaciones heréticas.

(e) No basta con que la situación estímulo sea bien conocida; ha de ser *un asunto de universal importancia*. No basta con el mero interés: la situación ha de poner en juego necesidades o deseos básicos. El riesgo que corre el aventurero que asciende a la estratosfera en su globo concita el interés pero no es asunto de la opinión pública ya que no es importante. Una decisión gubernamental de construir aviones de guerra para la defensa nacional, en cambio, bien puede convertirse en asunto de opinión pública.

(f) Predisposición a la aprobación o desaprobación. Las respuestas despertadas o incitadas en los individuos deben consistir en apoyo u oposición, aprobación o desaprobación. Por ejemplo, el conocimiento de distintos métodos para controlar la venta de licor y las ventajas relativas de cada uno no pertenece a la opinión pública a menos que dicho conocimiento se vincule al apoyo u oposición a determinado método.

(g) Consciencia de la reacción de los otros. Varios autores han sostenido que la opinión pública implica una "consciencia de grupo" en los individuos que comparten o aceptan la postura general. El saber, o incluso imaginar, que los demás han reaccionado o pueden reaccionar del mismo modo, apoyando u oponiéndose a una medida, puede marcar una gran diferencia en la conducta⁶. Aunque esta impresión de universalidad sea una parte importante del proceso de opinión es mejor no considerarla esencial en todos los casos. De otra forma podríamos pasar por alto otras fases del problema, por ejemplo, la distribución de opiniones en el momento en que se lanza la propuesta y antes de que las personas hayan podido interesarse o reflexionar sobre la reacción de los otros.

(h) Las opiniones deben ser expresadas. Si consideramos el ítem anterior, el efecto de la opinión de los demás, un momento importante del fenómeno, se sigue que las opiniones de los individuos deben expresarse públicamente o al menos prestarse fácilmente a ello. El trabajo del dr. Richard Schanck muestra que hay gran diferencia en la forma en que una persona siente o piensa según la opinión pueda expresarse o compartirse abiertamente o se mantenga en el fuero interno. Schanck ha llamado a estas reacciones "actitud pública" y "privada"⁷. La opinión no expresada es usualmente inútil para el publicista ya que no representa ningún alineamiento. No le interesan las razones de distintas personas para sostener o no ciertas opiniones; únicamente la aceptación o rechazo generales. Sin embargo, desde el punto de vista científico, aunque reconozcamos que el fenómeno de la opinión pública requiere de la

⁶ Para una discusión de este fenómeno véase F. H. Allport, *Social Psychology*, p. 305-307.

⁷ Schanck, Richard L., "Estudio de una comunidad y sus instituciones concebidas como comportamientos individuales", *Psychol. Monographs*, vol. XLIII, No. 2, 1932.

expresión de opiniones, no podemos descuidar el ámbito de las actitudes privadas. A la larga, la existencia generalizada de similares actitudes privadas puede cobrar gran importancia y debe ser descubierta y medida mediante nuestras técnicas. Piénsese, por ejemplo, en la importancia potencial de la opinión que gran parte de los alemanes o los italianos tienen sobre sus gobernantes pero no se atreven a revelar.

(i) Relación con la presencia o ausencia de otras personas. Varios autores ha discutido la diferencia entre un público y una multitud⁸. Sin embargo, parecen coincidir en que el fenómeno de la opinión pública es aplicable en ambos casos. La condición de inclusión parcial que hemos citado como característica de la definición usual de público está incluida en el consenso de que un individuo puede pertenecer a varios públicos a la vez pero únicamente a una multitud. Otra forma de decir lo mismo es que en ambos casos tenemos una situación en que varios individuos reaccionan a un objeto o asunto pero bajo distintas condiciones de asociación, ajuste, proximidad, estimulación y respuesta. Allí donde están separados, por ejemplo, cada uno en su hogar, no hay la posibilidad de sensaciones táctiles, visuales y olfatorias provenientes de los demás que sí se da en la multitud. Sin embargo, la radio ha introducido la *estimulación auditiva* de los demás en este ámbito separado -cuando, por ejemplo, escuchamos y nos sentimos partícipes del aplauso de la audiencia a un discurso político. Puede que esta limitación de modalidades sensoriales tenga un efecto en la reducción de la facilitación o el refuerzo de las respuestas características de la multitud; pero no al punto de desaparecerlo. En general, cuando los individuos actúan cara a cara es probable que sus respuestas motoras sean más expresivas, vehementes, manifiestas y directas. Cuando los individuos están separados sus reacciones tienden a ser más implícitas y se hacen efectivas sólo mediante mecanismos simbólicos o representativos o procesos políticos indirectos como el voto. En general, sin embargo, la distinción entre acción multitudinaria y opinión pública es de grado y no de clase.

(j) Aspectos permanentes y transitorios. Al escribir sobre la opinión pública una escuela de autores ha acentuado el carácter estable y racional de su contenido y aceptación universal, mientras que la otra la ha pintado como inestable, emotiva, oportunística, sujeta a la propaganda y dividida ante temas controversiales⁹. Se puede resolver este desacuerdo si se contempla el fenómeno como un proceso desplegado en el tiempo por el que el contenido más antiguo deviene estable y universal mientras que el más reciente representa las alineaciones actuales siempre cambiantes. Nos hemos referido metafóricamente al “reservorio” de creencias, actitudes y conocimiento común, que forma parte de los “patrones culturales” del sociólogo. Más concretamente, estas formas de pensar y sentir son básicamente reacciones que se pueden predecir con más regularidad que otros tipos de reacciones actuales y futuras. Algunos de estos comportamientos son racionales; otros producto de ensayo y error a gran escala, por ejemplo, la doctrina norteamericana del aislamiento o la evitación de la inflación. Otros, igual de predecibles y duraderos, son más emocionales, por ejemplo, los prejuicios raciales. En el proceso de formar nuevos alineamientos los publicistas emplean estas actitudes universales y de larga data para lograr sus metas inmediatas transfiriendo la vieja reacción a un nuevo estímulo mediante el conocido método de la respuesta condicionada. La vieja respuesta de acercamiento, evitación, rechazo o lucha es evocada por el viejo estímulo y, mientras está ocurriendo, se introduce el nuevo estímulo al que se desea transferir. El resultado es la asociación de la vieja respuesta con el nuevo estímulo de ahí en adelante.

⁸ Véase Krueger y Reckless, *Social Psychology*, p. 266.

⁹ Un autor ha señalado este contraste diferenciando la opinión “pública” de la “preponderante”.

En base a esto, proponemos una posible solución al desacuerdo sobre el contenido de la opinión pública. Las viejas respuestas, estables y universalmente aceptadas como derivadas de sus estímulos originales y “correctos”, se mantienen en el trasfondo. Son los aspectos universales, probados y estables de la opinión. Pero su transferencia por condicionamiento a *un nuevo estímulo* es novedosa, inestable, oportunística y efectiva en una porción de la población (más crédula, parcial o sujeta a propaganda) y no en otras. Tenemos así una explicación del proceso cambiante, irracional y dividido de la opinión pública.

Como ejemplo de este condicionamiento, tomemos la doctrina de que “todos los hombres son creados iguales”. Esta idea ha sido aceptada desde hace mucho tiempo como parte de la tradición norteamericana. Sin embargo, por sí misma no satisface nuestro criterio como fenómeno de opinión pública pues no motiva, de por sí, acción alguna hacia un objetivo. En todo caso, es una de las bases psicológicas sobre las que los alineamientos de la opinión (que sí satisfacen nuestro criterio) se pueden erigir. En 1776 se obtuvo el apoyo para la guerra contra el rey Jorge III condicionando las respuestas aprobatorias educidas por esta fórmula a las propuestas revolucionarias. Así, la vieja máxima de igualdad entre los individuos era la parte estable, duradera y universalmente aceptada del fenómeno; su transferencia a la causa revolucionaria el aspecto novedoso, oportunístico y, al principio, altamente controversial. Entre 1830 y 1861 la misma reacción igualitaria y liberal se asoció progresivamente con el argumento contra la esclavitud; y tras la Guerra Civil la reacción anti-esclavista se convirtió en parte de la tradición. En años recientes se ha empleado la misma doctrina (añadiendo la aversión al esclavismo) para alinear a los individuos contra la prostitución forzada (“esclavitud blanca”), el trabajo infantil (“esclavitud infantil”) y el trabajo en condiciones degradantes (“esclavitud asalariada”). Del mismo modo, Hitler está usando el orgullo nacionalista combinado con el perjuicio antisemita como instrumentos para unir a sus seguidores a favor del régimen nazi.

Podemos llamar a este cuerpo de actitudes comunes y de larga data que son condicionadas hacia nuevas situaciones *el trasfondo generativo de las respuestas* de la opinión pública; y contraponerlo con el consenso de varios individuos inducido al transferir dichas previas reacciones a nuevos estímulos, al que llamaremos *el alineamiento actual*. Uno de los problemas más importantes de la investigación es descubrir los materiales del trasfondo que pueden cobrar relevancia para la opinión de un pueblo y determinar su relación con los alineamientos presentes o en desarrollo.

(k) Acción hacia un objetivo presente. La distinción entre trasfondo generativo y alineamiento actual sugiere un contraste ulterior entre fenómenos de opinión pública y otro conjunto de conductas habituales que constituyen las leyes, costumbres y tradiciones. Estos son quizá casos especiales del trasfondo generativo sobre el que se edifican las alineaciones actuales. Se diferencian, no obstante, del resto del trasfondo porque gozan de conformidad más acentuada, debido a que el castigo y la vergüenza pública de quienes no aceptan las normas son más intensos. Sin embargo, por lo general, el fenómeno de opinión no es un condicionamiento de la respuesta formalizada en la ley a un estímulo nuevo; es una reacción generalizada de lucha contra los individuos o propuestas que contradicen la práctica acostumbrada o legalizada. Así, una ley que obligue al dueño de casa a limpiar la nieve de su acera no será motivo de opinión pública en la medida en que todo el mundo la acate. Si, en cambio, ciertos individuos de un vecindario dejan de cumplirla consuetudinariamente, suscitando inconvenientes y riesgos a sus vecinos, surgirá un alineamiento de opinión expresa en su contra. Para hacer efectivo dicho alineamiento se mencionará la existencia de una antigua costumbre convertida en ley. Las leyes que protegen la propiedad privada no son, en sí mismas, motivo de opinión pública; pero si ocurriesen numerosos robos impunes en una comunidad en corto tiempo se daría un contexto propicio para el

surgimiento de opinión pública al respecto. Surgen instancias de opinión pública cuando los inconformes se rehúsan a tratar con respeto la bandera, andar vestidos o cualquier otra costumbre. En el caso de las leyes no establecidas sino en proyecto la situación es la inversa. La opinión pública actual no se levanta contra quienes violan normas en proyecto sino a favor o en contra de la norma misma en la medida en que contradiga o concuerde con el trasfondo (o se la pueda presentar para que así sea). Un ejemplo es la aceptación de leyes que prohíben a los negros enseñar en escuelas de blancos allí donde podrían ser elegidos para dichos puestos. Aquí, el trasfondo generativo del prejuicio racial es la respuesta de la que la ley recién propuesta se convirtió en estímulo.

(l) Relación con el asunto y el conflicto. Como hemos visto, los fenómenos de opinión pública implican disposición a la acción hacia cierto objetivo presente. La situación estímulo común hacia la que convergen las respuestas es un plan o política por medio de la cual algunos individuos intentan conseguir lo que quieren. Así, surgen con frecuencia situaciones en que los individuos se alinean en grupos de interés cuyos miembros tratan de satisfacer sus deseos en oposición a los de otros grupos. En este caso, las opiniones de cada bando son meros aspectos o síntomas de una lucha más general y profunda. Pueden ser intentos de racionalizar la lucha para obtener el apoyo de quienes han permanecido en la neutralidad o aumentar la fidelidad de los adeptos en pos del objetivo real, casi siempre más prepotente y visceral que lo que se inferiría de las opiniones expresadas por sus miembros. La doctrina de los “derechos de los estados”, por ejemplo, ha sido usada como símbolo para lanzar cruzadas desde diversos intereses económicos.

Penetramos así en el territorio de la opinión pública en relación con las políticas de presión, las luchas sindicales y de clase y los conflictos sociales. Hace falta trascender el punto de vista del publicitario interesado en un solo lado de la controversia, pues el alineamiento o distribución en una curva sesgada de la actitud de un lado corresponde al vaciamiento del otro lado. En un sistema bipartidista cada alineación partidista tiene significado sólo en relación con la alineación opuesta. La distribución entera se vuelve bimodal (en forma de U). El avance del comunismo es contemporáneo con el fortalecimiento del capitalismo y el fascismo, y cada grupo parece extraer su significado del contraste con el otro grupo. La creencia popular de que estos “ismos” se fortalecen en virtud del adoctrinamiento es inadecuada. Estas filosofías representan racionalizaciones de factores más potentes que les subyacen. Son el aspecto verbal de la lucha entre individuos alineados en dos facciones; la parte verbalizada de las técnicas que los individuos intentan usar para alcanzar sus metas en esta lucha. Del mismo modo, en los conflictos internacionales, debemos trascender las fronteras de un solo país al definir nuestro ámbito de estudio. Deberíamos combinar las poblaciones de ambos países en una curva en forma de U, pues los cambios de actitudes en uno de ellos tienen una relación predecible con los del otro.

(m) Probabilidad del efecto. Nuestro último criterio, el de un grado probable de efectividad, es el más importante desde el punto de vista del control. A lo largo de la población muestreada existirán consensos a favor o en contra de todo tipo de temas, en todo número y con distinta convicción y esfuerzo. Un programa de investigación exhaustivo debería registrar todos estos consensos. Desde un punto de vista más práctico, sin embargo, tenemos que escoger los alineamientos particulares que más nos interesan. Y en esta elección, el criterio más natural y útil será seguramente el grado de *efectividad* probable de un alineamiento. A veces se comete el error de elegir el alineamiento con mayor número de adherentes. Una consideración más detenida del efecto probable de un alineamiento dado en la que incluimos otros factores además del número nos ayuda a hacer elecciones más adecuadas. El que una gran proporción favorezca una acción determinada no forzosamente aumenta la probabilidad de que dicha acción se

ejecute. La *intensidad*, esto es, el *grado de emocionalidad*, o la *magnitud del esfuerzo* de los individuos hacia el objetivo común también deben ser analizados. Por ejemplo, según una encuesta nacional reciente acerca del control de la natalidad, una mayoría sustancial de la gente está a su favor. Pero no se ha hecho propuesta legislativa alguna, acaso porque el deseo no es lo suficientemente intenso. Es decir, la necesidad de ayuda e información sobre contracepción de la que los individuos carecen actualmente no es lo bastante aguda como para que los miembros de la mayoría presionen para conseguirla por encima de la minoría que se opone firmemente. Los resultados colectivos nacen cuando suficiente número de personas abrigan y expresan opiniones con la suficiente fuerza o cuando actúan en base a ellas. Para que esto pase debe haber un número bastante de personas afectadas con suficiente intensidad.

Naturalmente, se debe reconocer la existencia de otras influencias al predecir o comprender los efectos. La presencia de algún tipo de organización que facilite la acción colectiva y su accesibilidad son también importantes. La existencia de individuos de gran influencia y habilidad para conducir la tarea es otro factor. Un tercero es el grado de refuerzo que cada individuo recibe al sentir que los demás comparten su actitud; y esto, a su vez, depende de la facilidad, velocidad y libertad de comunicación entre los individuos. También deben tomarse en cuenta los canales a través de los que los ciudadanos dan a conocer sus deseos a las autoridades. Debemos recordar asimismo que el proceso de alineamiento se complica por la circularidad del refuerzo. Por ejemplo, cuando un editor pretende estar expresando en su columna la "opinión pública", influye por un lado sobre las autoridades y fortalece por otro el alineamiento de las personas. Esto último acrecienta la manifestación pública de la actitud, lo cual refuerza a su vez la confianza y agresividad del editor en promulgar sus editoriales como "opinión pública".

Ciertamente, es difícil aislar y medir todos estos factores en la actualidad; separarlos y estudiar la contribución de cada uno al efecto total es uno de los problemas de la nueva ciencia de la opinión pública. De momento debemos apoyarnos, a falta de conocimiento más preciso, en la familiaridad empírica con estas complejas situaciones. Al aplicar el criterio de efectividad no hace falta, sin embargo, esperar hasta que se haya producido el efecto. Si lo hacemos perdemos valiosa información sobre el desarrollo del proceso. Tampoco es necesario estar *seguro* de que ocurrirá el efecto y que el alineamiento de opinión que estamos considerando será una de sus causas más significativas. Es suficiente con que, al contemplar la escena, exista una probabilidad de que esto suceda mayor que el azar. De hecho, este es precisamente el método usado por los líderes políticos para valorar la importancia relativa de sus programas en la opinión pública de sus comunidades. Y aunque cuentan únicamente con esta valoración subjetiva de las probabilidades, si aceptan un alineamiento determinado y actúan *como si* fuese a tener éxito, la respuesta de los ciudadanos que se adhieren a dicho alineamiento *tenderá* a hacerlo más exitoso de lo que hubiese sido. Por importante que sea la distribución original de actitudes, debemos considerar también *la totalidad de los controles en la situación*, con los numerosos factores influyentes que hemos citado, como una configuración en un campo de múltiples individuos. No podemos pasar por alto esta fase del problema si queremos predecir o siquiera entender los efectos. En el lenguaje de la nueva psicología topológica, nos encontramos frente a vectores de fuerzas que operan en un campo social¹⁰.

¹⁰ Se podría aducir que, si un alineamiento de individuos en cierto número e intensidad se debe considerar una fuerza en una situación social, el tratar la opinión pública como una entidad, formulación que hemos rechazado por estéril, se vuelve un principio de investigación válido o incluso necesario. Sin embargo, el intento de aislar y medir las fuerzas de un campo social es demasiado reciente como para que podamos tomar una decisión al respecto. Además de que las unidades que debemos medir al valorar la fuerza de un alineamiento son intangibles, está el

Una definición de la “situación de opinión pública”

Nuestra discusión de las ficciones y callejones sin salida nos ha mostrado los principales obstáculos. Si intentamos encontrar un objeto que corresponda al término “opinión pública”, esto es, si la consideramos una entidad o contenido a ser descubierto y analizado, tendremos escaso éxito. Pero si nos referimos con este término a una situación multi-individual, o a algunas de las relaciones presentes en esa situación, y nos internamos en ella para estudiar los materiales explícitos que ofrece, obtendremos resultados muy valiosos.

Surge entonces la pregunta sobre la naturaleza de esa “situación de opinión pública” y cómo podríamos reconocer sus relaciones características. Y la respuesta se encuentra en los puntos de coincidencia que hemos discutido. Se trata de situaciones que involucran reacciones verbales o reacciones a verbalizaciones de parte de muchos individuos, que se dirigen hacia temas o situaciones comunes importantes para la mayoría; estas reacciones dan cuenta de tendencias a actuar a favor o en contra de la situación; pueden ser influenciadas por la consciencia de la reacción de los otros; pueden asociar viejas actitudes con asuntos actuales; apuntan a un objetivo distinto del *status quo*; se vinculan

desconcertante problema del aumento circular del efecto. Al calcular las fuerzas que afectan a un puente, el ingeniero no enfrenta el problema de que la gravedad y la fuerza de la corriente se acrecienten mutuamente. Si así fuera, su tarea sería imposible. No obstante, la situación de los organismos humanos es distinta. Las actitudes y el programa de un funcionario público, por ejemplo, sufren la influencia de las “fuerzas” combinadas de la publicidad impresa y las opiniones que manifiestan los individuos en la comunidad. Pero no es fácil calcular estas fuerzas porque el periódico, como hemos demostrado, puede afectar las actitudes de los ciudadanos y esto a su vez influir al editor, lo que influirá otra vez en los ciudadanos y así *ad infinitum*. El autor se inclina a creer que las mediciones de “fuerza” van a fracasar en el campo multi-individual y que tenemos que emplear otro tipo de continuo de medición, como el teleonómico, que ha sido descrito en otro lugar. Al aplicar estos métodos, como hemos indicado, tendremos que tomar en cuenta el campo de unidades en acción recíproca, sean entidades colectivas u organismos individuales.

Pero incluso si se pueden desarrollar índices de alineamientos de opinión en un colectivo (y es menester seguir con los esfuerzos en esta línea) hay buenas razones para mantener el énfasis en la medición del nivel más elemental, esto es, el comportamiento de los individuos. Debemos recordar que los patrones sociales, o *gestalten*, son mucho menos estables que los campos energéticos en física o biología que nos sirven de analogía. La acción voluntaria, como la que encontramos en la cosa pública, está por naturaleza sujeta a cambios impredecibles que pueden alterar el funcionamiento de la totalidad del patrón y la fuerza de sus componentes. La posición de las partículas de hierro en un campo magnético, las contribuciones de varios órganos y tejidos al metabolismo, el rol de las unidades sensoriales en la percepción del espacio: todos estos fenómenos gozan de gran estabilidad. El patrón de relaciones no se ve afectado por la probabilidad de que átomos, moléculas, tejidos o sensaciones piensen o se sientan de determinada manera, asocien sus formas habituales de pensar a nuevos temas o cuenten sus reacciones a los demás elementos, cosa que tampoco produciría cambio alguno si llegase a ocurrir. En el campo de lo humano, por el contrario, el hecho de que los individuos piensen o sientan de cierto modo o sean conscientes del patrón que siguen en sus acciones afecta profundamente dicho patrón. Supongamos que se hiciera público el que en su fuero interno la mayoría de ciudadanos desean desde hace tiempo una ley que impida a la Corte Suprema declarar inconstitucionales los dictámenes del Congreso. ¡Cuán amplio sería el reajuste en nuestro campo de fuerzas y cómo alteraría el índice de fuerzas de los “nueve venerables caballeros”! [N. del T.: se llama así a los nueve jueces que componen la Corte Suprema norteamericana]. En contraste con esta inestabilidad del campo de fuerzas colectivo tenemos la relativa regularidad de las actitudes individuales. Pues la inestabilidad de la escena colectiva no se debe a los cambios de actitud de los ciudadanos, al menos del trasfondo generativo de sus opiniones, sino a los métodos de control, estructuras políticas, bloqueos o aperturas de la comunicación, desaparición de la “ignorancia plural” [N. del T.: la “ignorancia plural” o *pluralistic ignorance* es un fenómeno descrito por Allport en el que los miembros de una comunidad rechazan en privado una norma pero asumen que los demás la admiten, sosteniendo así el apoyo global a algo que nadie acepta] y la explotación de símbolos grupales o institucionales para conseguir cambios. Desde luego, las actitudes no son absolutamente permanentes, ni siquiera sus trasfondos generativos más duraderos. Si son más estables que las fuerzas de los diversos componentes de la sociedad. Es difícil predecir el *poder* que, en décadas venideras, invertirá a los voceros de la clase obrera o los capitalistas, o la autoridad de que gozarán el Presidente, los miembros del Congreso o los directores de las secretarías. Pero podemos estar seguros de que la opinión más efectiva y aceptada en el país se identificará con la protección de los intereses del “hombre común”, la reducción de la deuda pública, la demanda de seguridad para el futuro, la no intervención en la política europea y la permanencia de una adecuada defensa nacional.

frecuentemente con el conflicto y tienen cierta probabilidad de ser eficaces. Mediante este criterio damos realidad y uso a la noción de opinión pública, descartando a la vez anteriores intentos de definición que no llevaban a ninguna parte. Hemos identificado los fenómenos de opinión pública manteniéndonos a la vez apegados a realidades explícitas y observables, conductas de individuos que se pueden medir y registrar en distribuciones estadísticas. La siguiente fórmula resume todo el argumento:

El término “opinión pública” cobra significado en referencia a una situación multi-individual en que los individuos se expresan, o se puede conseguir que se expresen, a favor de y apoyando (o en contra de y oponiéndose) a alguna condición, persona o propuesta, concretas y de importancia general, en tal proporción de número, intensidad y constancia que es probable que influyan, directa o indirectamente, sobre la acción hacia el objeto en cuestión.

Formato de citación

Allport, Floyd H. (2009). Hacia una ciencia de la opinión pública. *Athenea Digital*, 16, 141-152. Disponible en <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/687>.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

Reconocimiento: Debe reconocer y citar al autor original.

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)