



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

ACTITUDES, OPINIÓN PÚBLICA Y OPINION POLITICA

Compilación del Centro de Estudios de Opinión

Abstract. The point of view of this compilation on the subject is that the opinions are more attitudes than beliefs and are products of socialization processes. Which are the sources of the public opinion? To what extent the differences in the antecedents of a person, such as its gender, its level of income, or their education, influences in their political attitudes?

Resumen. El punto de vista de esta compilación sobre el tema es que las opiniones son más actitudes que creencias y son productos de procesos de socialización.

¿Cuáles son las fuentes de la opinión pública? ¿Hasta qué punto las diferencias en los antecedentes de una persona, tales como su género, su nivel de ingresos, o su educación, influyen en sus actitudes políticas?

Palabra clave. Opinión pública, opinión política, medios de comunicación

Introducción.

Si se desea preguntarle a un individuo cuál es su actitud hacia un tema en particular, la pregunta asume que esta persona tiene una actitud que puede ser medida porque conoce el tema. En el caso de algunas gentes, especialmente en actitudes que son importantes para la persona, esa presunción es probablemente cierta. En muchas otras gentes, sin embargo, las actitudes no pueden ser medidas porque no han hecho una manifestación verbal de las mismas, ni siquiera en sus mentes. Sólo cuando son enfrentados al objeto de esa actitud, o

son interrogados acerca de ésta, es cuando pueden entonces generar su actitud siguiendo un repaso de su conocimiento, información y creencias acerca de dicho objeto.

Las actitudes en términos generales, son definidas como la predisposición de un individuo a algo. No es un comportamiento. La actitud del individuo hacia algún objeto o política ha sido definida en la psicología social como un sentimiento general de su simpatía o antipatía hacia ese objeto. Las actitudes hacia algún objeto, persona, o comportamiento pueden entonces distinguirse en términos de la dirección (positiva o negativa) y de la “fuerza” de la actitud (fuerte, indiferente o débil).

Durante un largo período de los años 60 y 70, los libros de psicología social sobre la naturaleza de las actitudes (tal como Oskamp, 1977) afirmaban que existían tres componentes de las actitudes: **cognoscitivas** (lo que una persona cree acerca de un objeto), **afectivas** (cómo siente la persona hacia el objeto), y conductista (cómo espera la persona comportarse con ese objeto). Un ejemplo de las actitudes de un individuo hacia los homosexuales. El componente cognoscitivo podría ser “los homosexuales son diferentes”, el componente afectivo sería “no me gustan los homosexuales”; y el componente conductista sería “no quisiera que mi hija socializase con ellos”.

Generación de la actitud en las encuestas

Para muchas personas, la expresión de las actitudes es un proceso dinámico; muchas son activamente producidas, más que simplemente recordadas al compás de una pregunta hecha. Tourangeau y Rasinski (1988) sostienen que cuando se le pregunta a los individuos acerca de su actitud hacia un tema particular, su respuesta es el resultado de un proceso cognoscitivo en **cuatro etapas**, que comprende la interpretación del significado de la pregunta y la aparición de creencias y sentimientos pertinentes para efectuar un juicio acerca del tema.

Definiendo la opinión pública

El punto de vista de esta compilación sobre el tema es que **las opiniones son más actitudes que creencias**. Consideremos una opinión específica - por ejemplo: “El gobierno debería ayudar a las minorías desventajadas”-. Como con las actitudes (en el modelo de Fishbein y Ajzen), hay claramente un conjunto de creencias subyaciendo en este juicio (por ejemplo, años de discriminación han colocado a los grupos minoritarios en desventaja; el papel del gobierno debería ser el de asegurar una buena vida a todos sus ciudadanos; la acción gubernamental ayudará a aquellos que están en desventaja). A menudo estas opiniones tendrán también un componente afectivo; una persona puede abrigar sentimientos apasionados a favor o en contra de una política determinada. Si una persona está de acuerdo con la afirmación: “El aborto debería ser prohibido”, las palabras: siento que el aborto debería ser prohibido, están implícitas.

Dicho todo esto, se debe admitir que hay algunas opiniones que es mejor considerar como creencias. Por ejemplo, la respuesta a la pregunta: “¿Cree Ud. que UNASUR se desintegrará en los próximos cinco años?” es no evaluativa. Cuando examinamos una afirmación de opinión particular, debemos prestar atención a si hay evaluaciones implícitas incrustadas en la afirmación. La mayor parte de las opiniones consideradas en este volumen son más actitudes que creencias.

Por ende opinión pública refleja las actitudes relacionadas con políticas de diferentes individuos, a través de una diversidad de temas. Algunos individuos pueden tener actitudes firmes y expresarlas a menudo. Otros pueden enunciar sus actitudes sólo cuando se les pregunta acerca de ellas o en el contexto de una campaña electoral, cuando se les hace notar creencias específicas.

Algunas notas de advertencia sobre las encuestas

Los investigadores intentan a menudo medir la opinión pública a través de encuestas. Sin embargo, cuando nos suministran resultados de las encuestas a

través de un informe de periódico o televisión, debemos evitar aceptar las conclusiones del informe al pie de la letra. Se debe poner atención a un número de características de la encuesta que afectan la validez de sus hallazgos, incluyendo el tamaño de la muestra, la forma en que fue seleccionada la muestra, y la redacción de las preguntas. Aquí veremos información importante sobre la conducción y la interpretación de las encuestas.

Tipos de muestras

El objeto de un muestreo es calcular el sentir de la población en un conjunto sobre un tema en particular, a través de una muestra extraída de esa misma población. En muchas encuestas nacionales, el conjunto poblacional de interés podría ser el público votante, y un investigador querrá seleccionar una muestra que sea representativa de esa población en conjunto.

Hay una variedad de maneras de seleccionar una muestra. La más fácil es recoger una muestra intencional o al azar. Esta técnica de encuesta requiere seleccionar a los entrevistados de una manera asistemática, simplemente a capricho del entrevistador. Detener peatones en la calle o llamarlos telefónicamente para entrevistarlos es un ejemplo de una encuesta fortuita. Esta encuesta es diferente de una encuesta aleatoria. Puesto que una fuerza fortuita no es representativa de ninguna población específica, los resultados de tal muestra no tienen valor científico y no son confiables.

Para seleccionar una muestra aleatoria es necesario identificar la población, y escoger de esa población individuos al azar, para ser incluidos en la muestra. No hay manera de identificar una población hacia la cual se pueden generalizar los resultados de una encuesta fortuita.

Una técnica utilizada por muchas organizaciones de encuestas comerciales es el muestreo por cuotas o a prorrata. Esta técnica requiere la selección de encuestados en la misma proporción en que se encuentran en la población. Así,

si se planea una muestra nacional de 1000 encuestados, un muestreo por cuotas requerirá 500 hombres y 500 mujeres; 820 de estratos 1 y 2, 110 estratos 3 y 4, y 70 de estratos 5 y 6. El entrevistador contacta y entrevista gente hasta que se cumple la cuota para cada grupo particular. Este procedimiento evita los errores asistemáticos de la muestra fortuita, pero pueden inmiscuirse errores más sutiles: el entrevistador puede evitar ciertos tipos de personas o visitar sólo en algunos momentos del día, excluyendo de esta manera a ciertos grupos de personas (tales como la gente que labora de noche) de la muestra.

El método preferido para la muestra es el llamado **muestra de probabilidad**. Con ésta técnica, cada individuo en la población tiene una probabilidad cierta de ser incluido en la muestra. En la muestra **aleatoria simple**, cada individuo tiene una posibilidad de ser seleccionado para la muestra. Una alternativa a este tipo de muestra es la llamada muestra **aleatoria estratificada**, en donde la población es segmentada en diferentes unidades (por ejemplo, condados). Cada muestra de probabilidad es seleccionada dentro de cada unidad, o las unidades son segmentadas en unidades aún más pequeñas (tales como distritos o áreas de votación), y de estas unidades se extraen las muestras de probabilidad, que son el método científico preferido de muestreo porque se puede calcular exactamente la cifra de error del muestreo, lo cual no puede hacerse con la muestra fortuita o por cuotas.

Errores causados por la tasa de respuesta y la selección de la muestra

Una sutil tasa de error en una encuesta es la tasa de respuesta: La manera correcta de llevar a cabo una encuesta es identificar a la población, seleccionar una muestra de esa población, y entrevistar la mayor cantidad posible de individuos de la muestra. El número de personas de las cuales se obtienen entrevistas completas se denomina tasa de respuesta (realmente es un poco más complicado, pero pasaremos por alto algunos detalles). Si la tasa de respuesta en una encuesta está por debajo del 70%, esto quiere decir que hay serias dudas acerca de la representatividad de la encuesta, y por lo tanto surgen dudas acerca

de la validez de los resultados. Aún en una encuesta con una alta tasa de respuesta, si una clase de los encuestados (digamos ancianos) rehúsa responder en proporción mayor que otras clases, entonces hay en los resultados de un potencial de error.

Errores de muestreo

El tamaño de la muestra es una de las características más importantes de una encuesta. La precisión del cálculo de la muestra está en función directa del tamaño de la muestra (asumiendo que la población que se muestra es muy numerosa).

Efectos de la conceptualización y terminología de la pregunta

Cuando se oye o se lee acerca de los resultados de una encuesta, se debe observar si se reporta la terminología exacta de la pregunta hecha a los encuestados. Los términos de una pregunta pueden significar una gran diferencia en los resultados.

El efecto del contexto en el cual se hace una pregunta está también relacionado con la terminología de la misma. Tourneau y Rasinsky (1988) reportaron que la misma pregunta obtiene diferentes resultados dependiendo de cuáles preguntas se hacen antes o después en la encuesta. Antes de una pregunta sobre apoyo u oposición al aborto, fueron hechas cuatro preguntas relacionadas con valores tradicionales. Las personas a las cuales se les hizo el grupo de preguntas sobre los derechos de las mujeres expresaron mayor apoyo al aborto que aquellas a quienes les preguntó sobre los valores tradicionales.

Como puede observarse, no debemos utilizar los resultados de una encuesta particular sin saber algo sobre cómo se llevó a cabo. El artículo sexto presenta investigaciones que clasifican el contexto y los efectos de la terminología de las preguntas, que pueden ser factores significativos en los resultados de una encuesta.

Opiniones políticas: factores sociales y opinión pública

¿Cuáles son las fuentes de la opinión pública? ¿Hasta qué punto las diferencias en los antecedentes de una persona, tales como su género, su nivel de ingresos, o su educación, influyen en sus actitudes políticas? El objetivo es estudiar las actitudes y las opiniones y una manera primaria de medirlas: las encuestas de opinión. La idea es insistir en el estudio en la búsqueda de evidencias acerca de las fuentes de las opiniones políticas.

Un acercamiento tradicional a la investigación de la opinión pública ha sido el de explorar las relaciones entre las actitudes políticas de los individuos y varios factores sociales tales como edad, raza, educación y género. Estos factores son indicadores de cómo difieren las experiencias vitales de los individuos, y por lo tanto pronósticos potencialmente útiles sobre las diferencias de actitudes políticas entre la gente.

Individuos de grupos sociales diferentes (por ejemplo, hombres y mujeres), sostienen opiniones sustancialmente diferentes sobre varios temas. Sin embargo, los factores sociales individuales no operan aislados los unos de los otros. Así hombres y mujeres tienden a ser diferentes en un número de otras variables además del género, tales como nivel de ingresos, educación y edad. En consecuencia, para establecer el efecto de una variable específica (género por ejemplo) sobre la opinión, se debe “controlar” los efectos de las otras variables.

Cuando se examina el efecto de una opinión sobre un número de diferentes variables sociales, deben sopesar los efectos independientes de cada variable, lo cual requiere un procedimiento estadístico como el de regresión múltiple. Este método permite al investigador examinar el efecto de cada variable individual a la vez que controla estadísticamente las otras variables manteniendo constante sus efectos. Más adelante, en este mismo artículo, veremos cómo se maneja este problema de la inter-relación de los indicadores individuales, tales como edad, raza, educación y religión. Los análisis teóricos muestran que aunque los factores

predicen la opinión, otros no lo hacen, y otros más parece que influyeran en las opiniones pero, de hecho, reflejan sólo la influencia de otras variables.

Explicaciones de la relación entre factores sociales y opinión pública

¿Por qué deben los científicos sociales esperar que factores antecedentes pronostiquen actitudes políticas? Varios y variados procesos apoyan esta conclusión. Las diferencias en los antecedentes sociales afectan a las personas con las cuales interactuará un individuo. Por ejemplo, personas de diferentes antecedentes están propensas a tener diferentes actitudes políticas. Sus actitudes no son necesariamente un resultado de las distintas teologías a las cuales han sido expuestas, sino de los patrones diversos de interrelación interpersonal y del ámbito de las opiniones personales que los han afectado. Los católicos que asistieron a colegios o escuelas católicas privadas podrán mostrar poca diferencia en sus creencias religiosas de aquellos católicos que no fueron a los centros educativos, pero sus contactos interpersonales (y por lo tanto, sus actitudes políticas) pueden ser muy distintas.

Una segunda e importante razón por la cual los antecedentes sociales pueden pronosticar diferencias en la opinión pública, es que los individuos que poseen antecedentes similares tienen a menudo intereses sociales y económicos en común. Las diferencias en las oportunidades económicas de las personas están reflejadas en diferencias de ingreso y ocupacionales, y estas diferencias antecedentes pronosticarán sus actitudes políticas. Por ejemplo, la opinión personal acerca de los cambios en la tasa impositiva al incremento de capital estará generalmente en función de si se tiene o se tendrá con toda probabilidad cualquier incremento de capital. Sin embargo, otros factores pueden influir en las actitudes hacia los impuestos, y éstas las analizaremos más adelante en este artículo.

Finalmente, las diferencias en las características de los antecedentes sociales se relacionan con las diversas actitudes políticas porque muchas de estas diferencias

producirán diferencias en los grupos de referencia de los individuos. Un grupo de referencia es una agrupación social con la cual se identifica un individuo. El individuo puede o no pertenecer a este grupo; un grupo de referencia no es necesariamente lo mismo que un grupo de socios, aunque a menudo lo es. Distintos grupos de referencia pueden sostener actitudes políticas muy diferentes.

Relación entre variables

¿Cómo podemos resumir los descubrimientos un sondeo de opinión? Mientras mayor en edad es la gente, parecen más conservadores. A ingreso más alto y mayor educación de un individuo, lo más probable es que el o ella sean liberales en temas sociales (tales como el aborto y el lugar de la mujer en la sociedad) y es mayor la probabilidad de que él o ella sean conservadores en temas económicos. Una comparación simple entre las actitudes de los hombres y las mujeres sugiere diferencias en temas militares y ambientales, pero un análisis sofisticado reveló que los dos sexos parecen diferir primariamente sobre temas de política extranjera. Observamos explicaciones alternativas similares para las diferencias de opinión entre los blancos y gente de color. Aunque la gente de color es el grupo más consistentemente liberal en lo relacionado con su preocupación por la guerra nuclear y su apoyo al empleo garantizado por el gobierno, eran sorprendentemente conservadores en sus opiniones acerca del lugar de la mujer en la sociedad. Se conjetura que este resultado, más que deberse a una diferencia racial, podría deberse en cambio a diferencias educativas y de ingresos entre las etnias. Como se observa al comienzo de éste artículo, una de las mayores dificultades al establecer los efectos de los distintos factores antecedentes en las opiniones de los individuos es que la variedad de predictores están todos correlacionados entre sí. Las gentes de color tienden en general a tener ingresos y niveles de educación más bajos que los blancos. Para separar estos efectos, debemos utilizar una clase de análisis estadístico más sofisticado, como las técnicas de análisis multivariado o de asociación entre variables.

El análisis de la regresión múltiple permite al investigador examinar la influencia de una variable sobre otra -por ejemplo, las diferencias entre blancos y gentes de color a través de sus opiniones-. Así, las diferencias entre blancos y gentes de color pueden ser examinadas separadamente en el caso de gente con ingresos bajos, ingresos medios e ingresos altos. Igualmente, en el caso de la educación, las diferencias blancos/no-blancos pueden ser examinadas para aquellos niveles de educación bajos, moderados y altos, si hay realmente diferencias raciales de opinión, entonces habrá diferencias de opinión entre blancos y gentes de color en todos los distintos niveles de ingreso y educación; de otro modo, las diferencias de opinión desaparecerán.

CONCLUSIONES

¿Qué se puede concluir acerca del efecto de las características de los antecedentes sociales sobre las actitudes políticas? Está claro que los factores sociales son importantes para algunos tipos de opinión (tales como las actitudes hacia la posición de la mujer en la sociedad) pero no para otros (como la de si el gobierno debería garantizar los empleos). Además, algunos predictores que son significativos para explicar algunas actitudes no son útiles para explicar otras, como se reveló en el análisis de regresión múltiple con el sexo, la edad y la educación. Finalmente, algunas características no son de ninguna manera predictoras. En general en este artículo, se aprecia que los factores sociales combinados explican sólo una proporción relativamente pequeña de la variación en las actitudes públicas.

Es importante tener presente que el proceso de formación y cambio en la opinión es un proceso dinámico que es difícil de explicar, dadas características antecedentes relativamente estáticas. Al igual, elementos del entorno político, particularmente mensajes e imágenes políticas que son acentuados, recalcados, destacados en los medios de comunicación, pueden conformar la naturaleza de las actitudes y la opinión de tipo política. Estas influencias de los medios de comunicación, sin embargo, suceden en el contexto de las actitudes políticas

existentes desarrolladas a lo largo de un periodo de años, reflejando la influencia de una variedad de factores sociales.