

Investigación: la influencia de los Medios Masivos en la formación de la Opinión Pública y la determinación de la Agenda Política (I).

Por Jorge O. Bercholz, Doctor en Derecho, Universidad de Buenos Aires. Postgraduado como Especialista en Sociología Jurídica, Universidad de Buenos Aires. Diploma de Postgrado en Constitucionalismo y Democracia, Universidad de Castilla-La Mancha, España. Investigador del Instituto de Investigaciones Jurídicas y Sociales Ambrosio L. Gioja. Profesor Adjunto Regular de Teoría del Estado y de Medios de Comunicación, Opinión Pública y Democracia de la Universidad de Buenos Aires.

Como nunca antes, en los últimos años, consolidación institucional democrática mediante, la categoría conceptual opinión pública sustenta ideológica y discursivamente la legitimidad y gobernabilidad del sistema político.

Se alude constantemente, en especial desde las instituciones políticas y desde el periodismo, al concepto opinión pública como sujeto histórico, político y jurídico al que se le destinan gestos, discursos, acciones, decisiones y normas.

La opinión pública es presentada hoy por hoy, como una categoría social y política que reemplaza a otras categorías -pueblo, clase obrera o ciudadanía- que en tiempos recientes eran identificadas como sujetos colectivos, históricos y sociales de participación y pertenencia, a los que se les destinaban decisiones políticas y promesas. Aquellas categorías hoy parecen diluidas en el escenario político y social.

Sin embargo en el ámbito académico muchos se preguntan y cuestionan desde distintas disciplinas sobre la verdadera naturaleza de la opinión pública; **“...ese monstruo que se presenta bajo innumerables formas y se nos escapa siempre entre los dedos...”**, según la socióloga alemana Elizabeth Noelle Neumann; **un concepto que debiera dejarse de utilizar a efectos científicos dada la falta de acuerdo sobre su significado y alcance**, según el filósofo alemán Jurgen Habermas; o **que definitivamente debe considerarse inexistente**, según el sociólogo francés Pierre Bourdieu.

Además, la aparición de nuevas cuestiones en gran medida relacionadas a la tecnología disponible, que en materia comunicacional ha generado algo parecido a una revolución cultural no necesariamente con positivas consecuencias, hace aún más complejo el panorama para el análisis de la opinión pública.

Algunas, tal vez las más notables, de esas nuevas cuestiones son el excepcional desarrollo de los medios audiovisuales y las novedades comunicacionales y semiológicas que generan; el notable proceso de concentración económica en holdings multimediáticos -muchos medios de diversa técnica comunicacional pertenecientes a una misma empresa- y multinacionales -que operan y llegan con sus productos informativos a gran parte de países del mundo-; las consecuencias variadas, que producto de lo anterior, se observan en los comportamientos de los actores políticos y sociales.

Las cuestiones enunciadas hacen menester que el estudio de la opinión pública y de los medios de comunicación sea abordado de un modo multi-interdisciplinario, en el intento de encontrar variables e hipótesis explicativas eficaces que respondan a la complejidad y sofisticación de los hechos y categorías a analizar.

La opinión pública. Diversidad de conceptos y problemas para su definición.

La tan utilizada y citada categoría opinión pública, no por ello resulta fácil de definir y conceptualizar, la dificultad de materializar el significado de la representación simbólica que implica el concepto opinión pública, ha generado como consecuencia un largo listado de definiciones que no coinciden entre sí y que incluso aparecen contradictorias o refiriéndose a cosas distintas.

Un examen literal de la categoría parece a priori sencillo de desentrañar, sin embargo las dificultades comienzan prontamente por la ineficacia e inutilidad de definiciones en exceso literales.

a) ***La Opinión:***

Se puede examinar el concepto comenzando por explicar el significado de opinión; ya en La República de Platón, Sócrates sostiene que la opinión es menos que el conocimiento pero más que la ignorancia, situándola en una posición intermedia, no alcanza a ser saber y ciencia, solo es un parecer subjetivo y más o menos intuitivo que no requiere prueba empírica de objetividad

La opinión además, si bien distinta del conocimiento, del saber, requiere mínimamente si se la pretende como legitimadora de cierto poder político, la subjetividad, debe ser un parecer emanado del sujeto que la emite, formado por sus intereses, sus valores y sus referencias grupales más inmediatas, en entrecruzamiento con la información recibida; ello sin perjuicio de que la opinión no implica una convicción profunda, sino que resulta frágil y variable.¹

Resulta pertinente aquí introducir la conocida clasificación de Ferdinand Tönnies sobre la opinión pública en tres niveles, i) la *sólida*, arraigada desde generaciones, que constituye el fondo asentado y tradicional de costumbres y pautas culturales difícilmente modificables; ii) la *líquida o fluida*, que conduce a grupos sociales a determinados actos o conductas con un fuerte grado de convicción, pero que no alcanza el nivel de inmodificable, que admite controversias u opiniones distintas y la confrontación de las mismas; iii) la *gaseosa*, que se difunde con gran velocidad, y que con la misma velocidad se evapora, desaparece, se trata de la opinión cotidiana, superficial, transitoria y perecedera.²

En articulación con la clasificación de Tönnies se puede esgrimir que la actual opinión pública, sometida al proceso de mediación por parte de los medios de comunicación de masas y conformada por un proceso de comunicación de masas, con las características propias de este típico modo comunicacional, mayoritariamente se desarrolla en los niveles gaseoso y líquido o fluido, ello también se puede explicar desde el concepto de modernización o de paso de la sociedad tradicional a la sociedad moderna, de masas, urbana, industrial y burocrática, con sus implicancias secularizadoras y de “desencantamiento del mundo” -en el sentido weberiano de racionalización- por el cual el nivel sólido de la opinión adquiere cuantitativamente una tendencia residual ante el derrumbe de pautas tradicionales y culturales profundamente enraizadas que implicó la modernización entendida como proceso vinculado a los planos político, social, cultural y económico.

Vista así, la opinión pública resulta impredecible e incalculable por su carácter fluctuante y desde una perspectiva moral resulta más emocional que racional, por ello algunos autores la tratan, en tanto no ser saber ni ciencia, peyorativamente, es la perspectiva ideal, filosófica y moral que reconoce sus orígenes en Kant y la tradición ética alemana.

Los anglosajones en cambio, en general prescinden de aspectos valorativos o éticos y se guían por la funcionalidad de la opinión en tanto unificadora de criterios y eficaz a los fines de la obtención de consenso político y social.

¹ Conforme Sartori Giovanni en “Homo Videns” Pág. 70, Taurus, 1998.

² Conforme Tönnies Ferdinand en “Crítica de la opinión pública”.

b) **Lo Público:**

Con relación al significado de *público* encontramos las siguientes acepciones, i) lo referido a *lo social*, al mundo, por oposición a lo personal, privado y familiar, lo que resulta de *interés público, común, general*, que excede el mero interés personal; ii) lo referido al Estado, a lo Político, a la *res pública*, a actos de gobierno, a la toma de decisiones, a políticas públicas determinadas; iii) los hechos que han adquirido *publicidad*, que puede referirse a actos de gobierno y/o a manifestaciones públicas exteriorizadas dirigidas a controlar actos de gobierno o a opinar sobre ellos y; iv) aquellas *opiniones* sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público *sin aislarse* y que por ende deben ser coincidentes con la opinión impuesta o mayoritaria.

Habría que analizar si todas las pautas esbozadas para definir el concepto de opinión pública resultan compatibles entre sí o resultan excluyentes y contradictorias.

Podemos intentar la siguiente definición de opinión pública, considerando las pautas expuestas. Se trataría de juicios subjetivos, pareceres, intuiciones que no implican saber ni conocimiento, que no requieren prueba de objetividad y que se expiden por los individuos sobre temas de interés general vinculados al Estado, a la política, a actos de gobierno y toma de decisiones, cuestiones que adquirieron publicidad y respecto de las cuales se exteriorizan opiniones a efectos de apoyar, influir o criticar y que puedan expresarse sin temor a ser aislado o discriminado y que por ello coincidirán con la opinión mayoritaria.

Una definición como la intentada en donde se han volcado diferentes acepciones de opinión y de público resulta de tan abarcativa, inaplicable, contradictoria e ineficaz.

Por caso, entendida la opinión como parecer subjetivo que no es saber y tampoco ignorancia, resulta insuficiente para la teoría democrática clásica que requiere un ciudadano, instruido, libre, independiente, participante activo e interesado en lo político; a su vez las distintas acepciones de público ofrecen dificultades. Si lo público es opinión y control de actos de gobierno, exteriorizadas con idoneidad y libremente a efectos de su funcionalidad y eficacia, requerirán algo más que la mera subjetividad de un juicio sostenido en intuiciones o pareceres sin el conocimiento adecuado y sin el mínimo requisito de objetividad. Además el temor al aislamiento que implica someterse a opiniones mayoritarias, aunque no se tenga convicción de su conveniencia, resulta incompatible con la opinión propia y subjetiva del ciudadano emancipado e independiente que exige la teoría democrática y a la vez pone al descubierto la imposibilidad de referirse a la opinión pública como concepto genérico abarcativo de una opinión unívoca o general racionalmente adoptada. En todo caso resultará la opinión impuesta por algún tipo de sector no necesariamente mayoritario y por mecanismos no necesariamente racionales.

Redefiniendo la opinión pública.

Según Childs³ existen aproximadamente 50 definiciones distintas del concepto opinión pública los que pueden esquemáticamente agruparse en tres grandes grupos.

El primero refiere a las definiciones que entienden a la ***opinión pública como proceso racional*** de discusión entre individuos–ciudadanos debidamente informados e interesados por las cuestiones públicas, que argumentan, razonan y emiten juicios sobre esos asuntos y que el gobierno debe tener en cuenta a la hora de la toma de decisiones en el marco de un régimen político democrático. Este concepto caracteriza a la opinión pública por su adquisición consciente de conocimiento mediante la razón y la elaboración de juicios lógicos

³ Childs Harwood en su obra de 1965 “Naturaleza, formación y rol de la opinión pública” acuña más de cincuenta definiciones de opinión pública.

y racionalmente correctos a partir de ese conocimiento. Así la opinión pública como proceso racional fue definida como “... las opiniones sobre asuntos de interés nacional expresadas libre y públicamente por personas no pertenecientes al gobierno que reivindican el derecho a que sus opiniones influyan y/o determinen las acciones, el personal y la estructura de su gobierno.”⁴

También se la definió como “...el juicio social de una comunidad autoconsciente sobre una cuestión de relevancia general después de una discusión pública y racional.”⁵

Serían éstas definiciones articulables con la teoría democrática clásica.

Un segundo grupo de definiciones ve a la *opinión pública como proceso de control social*, que promueve el consenso y la integración social sin considerar la racionalidad de los argumentos y la discusión sino meramente la posibilidad de que se imponga una idea sobre otra y que ella sea aceptada porque es vista como la mayoritaria y a fin de no quedar aislado se la admite como propia, buena o adecuada; así la opinión pública será aquella que puede expresarse públicamente sin temor a quedar aislado⁶ y aquella que permite estar del lado de los que ganan, el llamado “efecto del carro ganador” - bandwagon effect-⁷.

Este concepto busca garantizar un nivel suficiente de consenso sobre valores y objetivos comunes. Este consenso al que se lo denominaría opinión pública es de tal peso que no puede ser ignorado sin correr el riesgo de quedar aislado, produciendo el miedo a ese aislamiento, la propia naturaleza social del hombre y sus relaciones afectivas personales y culturales.

Por ello lo importante no son los argumentos y su validez por su nivel de calidad y de racionalidad, sino qué corriente tiene el poder suficiente como para parecer mayoritaria y así amenazar a los que opinan en sentido contrario con el aislamiento como producto de su disidencia.

Un tercer grupo de definiciones, minoritario en el listado de Childs, pero en aumento en los últimos años ve a la *opinión pública desde una perspectiva operacionalista-técnico-instrumental como la efectivamente exteriorizada, medida y recolectada a través de encuestas*.

Las definiciones de este tipo identifican a la opinión pública con los resultados de las encuestas de opinión. Así se ha sostenido que “... la opinión pública consiste en las reacciones de la gente ante afirmaciones claramente formuladas y preguntas realizadas en una situación de entrevista”⁸; también que “...ahora que contamos con la indudable realidad de las encuestas de opinión pública seguiremos llamando opinión pública a una distribución de actitudes bien analizadas”⁹ y que “la opinión pública es actualmente la agregación de las actitudes individuales realizada por los investigadores de opinión”.¹⁰

En este grupo de definiciones sobresale la idea de haber alcanzado mediante el instrumento técnico superador de las encuestas de opinión, un medio para superar las controversias teórico-filosóficas sobre la categoría e identificarla con las mediciones que se efectúan,

⁴ Speier Hans, Historical development of public opinion, pág.376/388, American Journal of Sociology, n° 55, 1950.

⁵ Young James, pág.577/578, The New American Government and Its work, Nueva York, 1923, Macmillan Co.

⁶ Noelle Neumann Elizabeth, La Espiral del Silencio, Paidós, 1995

⁷ Lazarsfeld Paul, La Elección del Pueblo, Pág. 107/109, Universidad de Columbia, 1968.

⁸ Warner Lucien, “The reliability of public opinion survey”, Public Opinion Quarterly 3, pág-376/390.

⁹ Lazarsfeld Paul, “Public Opinión and the classical tradition”, Public Opinion Quarterly, 1, pág. 39/53.

¹⁰ Beniger James, “Toward and old new paradigm. The half century flirtation with mass society”, Public Opinion Quarterly 51, pág. 46/66.

adoptando un criterio fuertemente descriptivo y cuantitativo en desmedro de una perspectiva crítica y prescriptiva.

Por supuesto que las definiciones de este tipo permiten una articulación mucho mayor con las definiciones de la opinión pública como control social (las del 2º grupo) que con las de la opinión pública como proceso racional (1º grupo). Las encuestas no distinguen las opiniones de los ciudadanos informados y participativos en la vida pública de aquellos desinformados o apáticos. En cambio la idea de control social resulta funcional en tanto el consenso sea prestado por la mayor cantidad de personas posible sin distinción de la calidad de sus argumentos.

Algunos autores han sostenido que la opinión pública no existe¹¹ tal cual se la entiende en el primer grupo de definiciones, otros han dicho lo mismo¹² pero para las definiciones del tercer tipo y otros sostienen que las encuestas no resultan medio adecuado para desentrañar a la opinión pública.¹³ Y más aún, otros autores han propuesto que al menos a efectos científicos se abandone el uso del término, dada la gran diferencia entre los distintos conceptos que existen.¹⁴

La opinión pública, en apariencia un concepto tan sencillo de definir, resulta un “monstruo” al que es difícil acceder que “se presenta bajo innumerables formas y se nos escapa siempre entre los dedos”¹⁵

Tantas definiciones y tan diversas nos enfrentan a un concepto al que es necesario desentrañar desde su problemática actual que tiene algunos elementos que vale la pena puntualizar.

En primer término y considerando la situación geopolítica mundial - la caída del muro de Berlín y la debacle soviética - permite a los debates e investigaciones sobre participación, representación y opinión pública salir de la matriz fuertemente ideologizada que impedía a izquierda y derecha profundizar los estudios empíricos y objetivos sobre el real funcionamiento de dichas categorías.¹⁶

En segundo término considerando el contexto sudamericano y más específicamente el argentino, la superación del eje contradictorio Dictadura/Democracia, merced al proceso de institucionalización y consolidación del régimen político democrático¹⁷, permite emerger del escalón analítico prescriptivo y filosófico de la opinión pública para realizar estudios más sofisticados y realísticos que procuren desentrañar el estado actual de la categoría conceptual.

Y en parte como consecuencia de los dos hitos sugeridos, la aparición de nuevas cuestiones que enmarcadas en el denominado proceso de “globalización” deben ser observadas, a saber: a) *concentración económica en grandes holdings* que conforman imperios multimediáticos generando una nueva categoría elitística; b) *desarrollos tecnológicos audiovisuales*, que expanden los criterios de imagen y forma por sobre los medios escritos y el contenido, y por

¹¹ Jordan E., *Teoría de la Legislación*, Pág.339, Indianápolis, 1930.

¹² Bourdieu Pierre, *La Opinión Pública no Existe*, compilación dirigida por A.Mattelart, 1979 Nueva York.

¹³ Blumer Herbert, *Opinión Pública y Opinión Pública Encuestada*, Revista Americana de Sociología, 1948

¹⁴ Habermas Jürgen, *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, Pág.13, Gili 4º edición, 1º edición 1962.

¹⁵ Noelle Neumann Elisabeth, ob.citada, p.85..

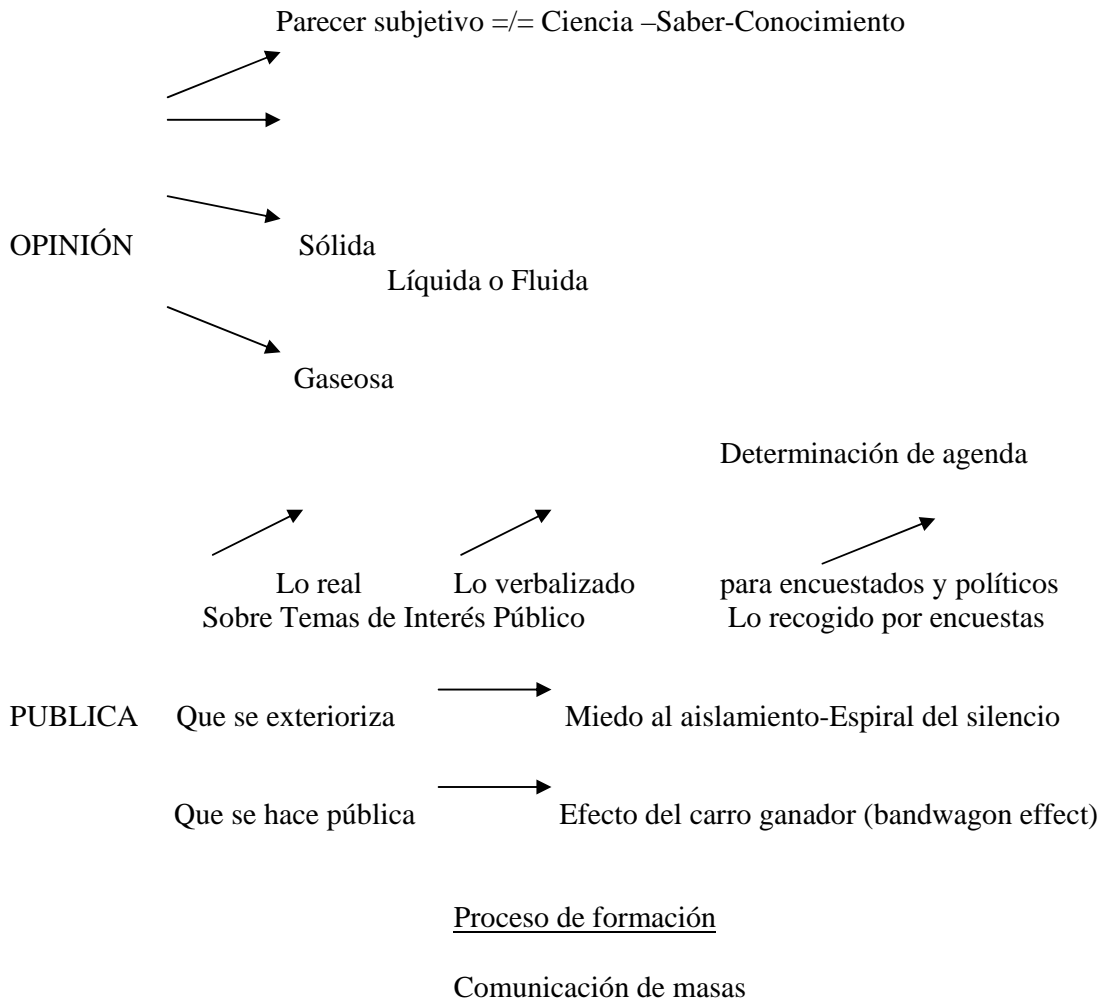
¹⁶ Menéndez María Cristina, *Política y medios de comunicación*, Pág.142, en *Revista Argentina de Ciencia Política*, 1999, Eudeba.

¹⁷ Bercholz Jorge, *Sobre Niveles de Legitimación y Expansión de la Democracia en la Argentina*, Pág.58/59, en *Democracia 15 años de Estado de Derecho*, 1998, Cedyces.

ello la necesidad de estudiar las características del lenguaje de los medios audiovisuales y de realizar *análisis semiológicos* especialmente orientados a observar las características técnicas y los efectos que generan dichos medios con su peculiar construcción simbólica del mundo y de la realidad; c) estudios sobre la *comunicación de masas* considerando las novedades expuestas; d) el auge de *las encuestas* como instrumentos útiles para medir la realidad social y política pero también para determinar la agenda temática de la opinión pública y para establecer criterios de verdad; e) el avance de *criterios de racionalidad economicista-eficientista-instrumental* que oscurece el porvenir de la democracia y de la opinión pública entendidas como procesos dialógicos y racionales de intercambio entre ciudadanos que buscan el “sentido” y la crítica del contexto.

En este marco consideramos que es necesario abordar realísticamente al concepto tan mentado y tan difuso de opinión pública, relevando datos, confrontando la realidad de su proceso de formación sujeto a las tensiones enumeradas supra, observando hábitos y conductas de los actores político-sociales relevantes.

El esquema que sigue presenta las distintas tensiones a las que está sometida la categoría y la necesidad de un análisis multi-interdisciplinario para su mayor comprensión.



SI LA OPINIÓN PÚBLICA
ES LA MEDIDA POR LAS
ENCUESTAS DEBE
OBSERVARSE:

Encuestas

Evaluación y ficha técnica
Profecía autocumplida
Efecto de determinación de agenda
(agenda setting)

Características sintácticas del discurso audiovisual
(análisis semiológicos)

Proceso de concentración económica en holdings
multimedia. Propiedad de los medios de comunicación

Dos Investigaciones que aportan insumos para el análisis de la Opinión Pública (Primera parte).

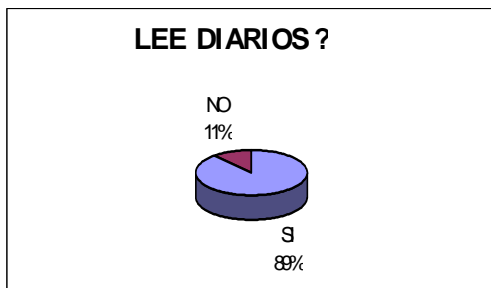
Con la intención de aportar insumos a fin de una mejor comprensión del fenómeno, analizado realística e interdisciplinariamente, presento en este artículo algunos datos, entre otras mediciones efectuadas, de dos investigaciones que he dirigido sobre distintos aspectos de la compleja interrelación entre opinión pública y medios de comunicación masiva y los efectos políticos, sociales y jurídicos que generan.

En el primer trabajo, “**La opinión pública de los estudiantes de la Universidad de Buenos Aires**”¹⁸ se desarrolló una investigación descriptiva sobre hábitos y comportamientos de los estudiantes de la Universidad de Buenos Aires, para realizar luego un análisis del proceso de formación de la opinión pública y política de los mismos.

El trabajo propuso un estudio exploratorio, descriptivo y cuantitativo con análisis agregado, sobre cómo se informan y cómo forman su *opinión pública* los estudiantes de la Universidad de Buenos Aires. Como estudio exploratorio, no existían a priori hipótesis específicas sobre el universo a investigar. El trabajo se llevó a cabo a través de la técnica de encuestas de tipo personal por entrevista directa con el encuestado. La selección de la muestra fue a través del método por muestreo probabilístico, representativo por cuotas (sexo, edad, unidad académica-Facultad) sobre el universo de la población de estudiantes de la Universidad de Buenos Aires. El tamaño de la muestra fue de 1.888 casos y las preguntas fueron del tipo abierta y cerrada con alternativa fija.

a.- Datos sobre lectura de diarios , frecuencia , secciones leídas.

Cuadro n° 1

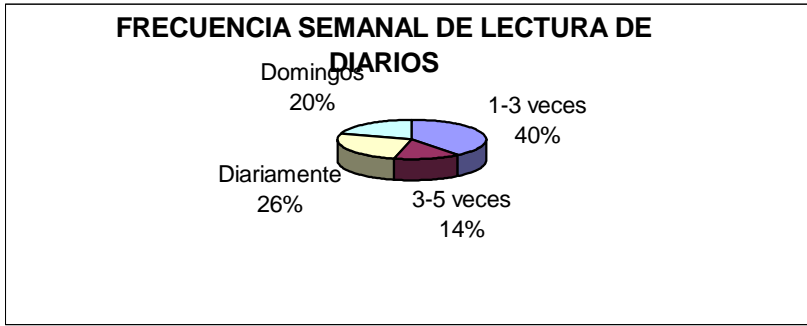


Cuadro n° 2

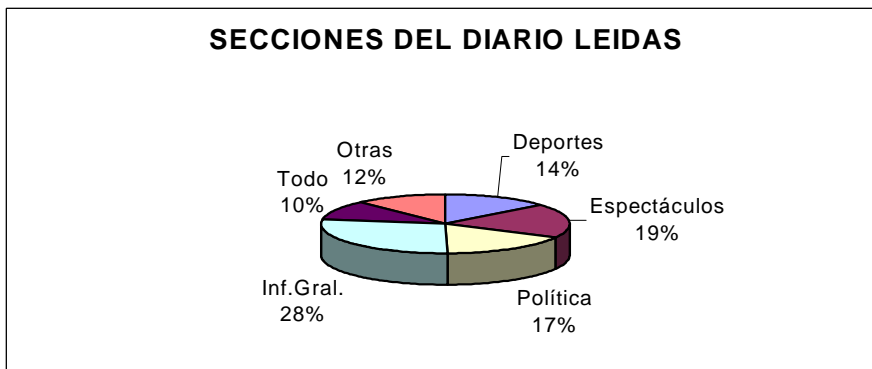


Cuadro N° 3

¹⁸ Bercholt Jorge, *Opinión Pública y Medios de Comunicación. Nuevas Cuestiones.* Editorial La Ley, Buenos Aires, 2003, Págs. 3 a 38.



Cuadro N° 4

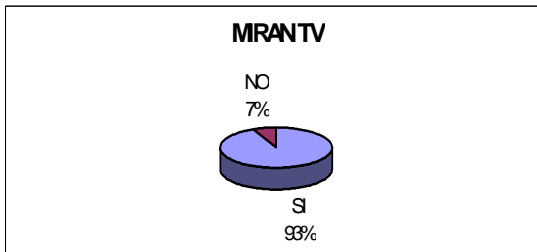


De los datos observables en los cuadros N° 1 a N° 4, se observa que una gran mayoría de los encuestados lee diarios (89%). El diario Clarín es el más leído (54 %) y la frecuencia de lectura se sitúa mayoritariamente entre 1 a 3 veces por semana (60%), el 26% de los encuestados manifestó leerlo diariamente.

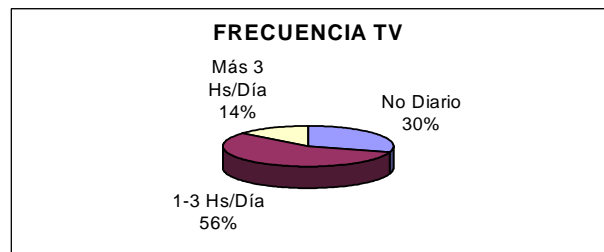
Sólo un 10% lee todo el diario, un 17% lee sobre política específicamente y un 33% contestó que lee sobre deportes y espectáculos.

b.- Datos sobre hábitos para ver televisión, frecuencia, programación más vista.

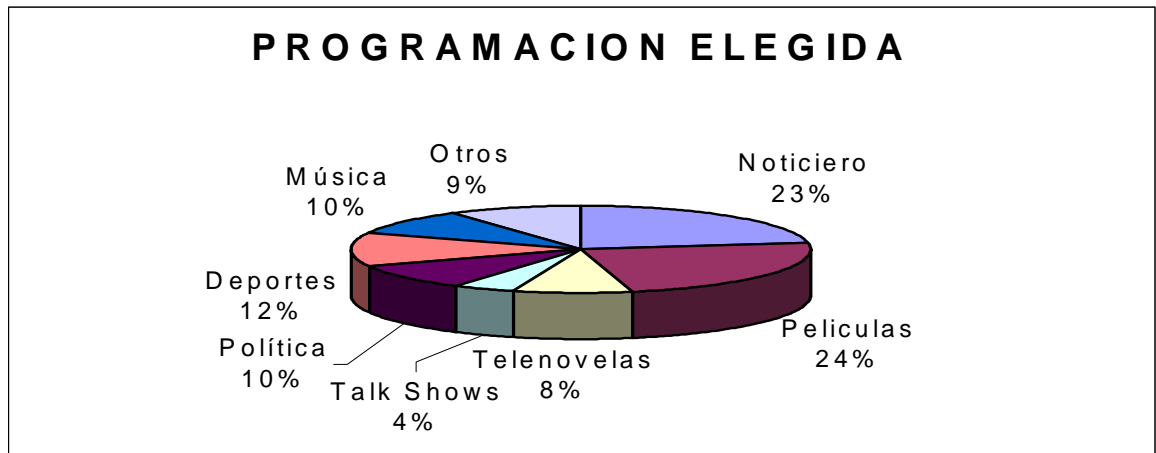
Cuadro N° 5



Cuadro N° 6

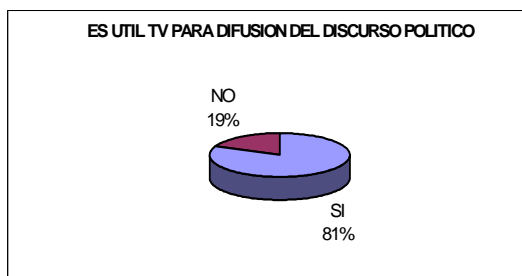


Cuadro N° 7

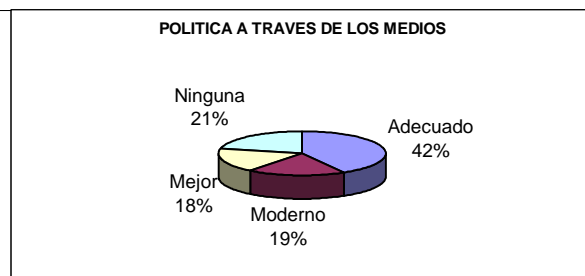


En los cuadros N° 5 a N° 7 se observa que un 93 % mira televisión, de ese porcentaje un 70% ve aproximadamente un promedio de 2 o más horas diarias y un 54 % prefiere ver programas de entretenimiento (el porcentual resulta de la suma de música, telenovelas, películas, deportes), sólo un 10% admite ver programas políticos y un 23% noticieros.

Cuadro N° 8



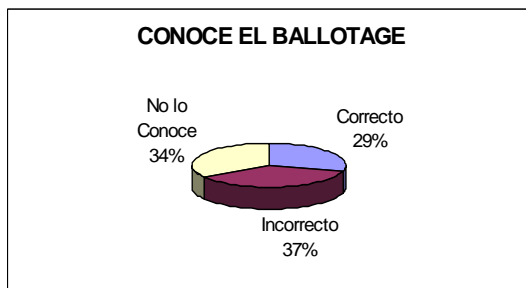
Cuadro N° 9



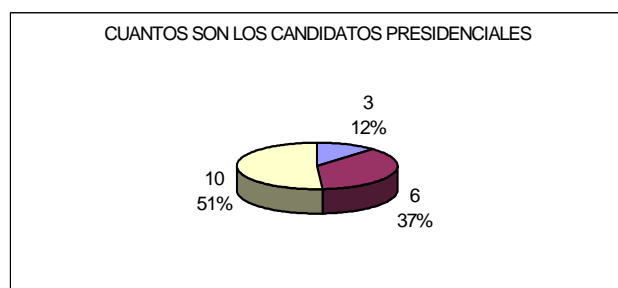
En el cuadro N° 8 se observa que un 81 % ve como útil a la T.V. para la difusión del discurso político y en el cuadro N° 9 un 79 % consideró positivamente (adecuado, moderno y mejor) que la actividad política electoral se desarrolle a través de los medios.

Estos resultados demuestran que existe una óptima ponderación del papel de los medios como intermediarios de la demanda social, ponderación que se observa acrítica respecto de ciertas tendencias ya enumeradas en este trabajo.

Cuadro N° 10



Cuadro N° 11



La acriticidad respecto al modo en que se forma la opinión pública a través de los medios de comunicación, y la fuerte incidencia mediática en dicho proceso observada en los cuadros anteriores, debe confrontarse con los resultados obtenidos en los cuadros N° 10 y 11 donde se observa la escasa comprensión del funcionamiento del sistema político y la pobre sofisticación de los encuestados en su conocimiento de la cosa pública, en cuanto son preguntados sobre temas con cierto grado de dificultad que requiere de información y atención de mayor calidad.

No olvide el lector que el universo del que se extrajo la muestra encuestada es el de los estudiantes de la Universidad de Buenos Aires, por sí integrantes de una élite educativa, qué queda esperar del resto de la ciudadanía respecto de su interés y conocimiento sobre las cuestiones públicas y políticas.

En el cuadro N° 10 interrogados los encuestados sobre el funcionamiento del sistema de Ballotage utilizado en la última elección presidencial de Octubre de 1999 (*el estudio de campo se efectuó entre Septiembre y Noviembre de 1999, por lo que debe considerarse que el tema era de actualidad en el momento de tomarse la muestra*), el 71 % de los encuestados no supo contestar o contestó erróneamente. Respecto a la cantidad de candidatos presidenciales que se presentaban, sólo el 51 % respondió correctamente (10 candidatos).

En el caso específico de la Facultad de Derecho la cuestión es aún más grave y paradójica siendo que se supone a su alumnado más interesado en temas políticos que, por ejemplo, los alumnos de Farmacia o Agronomía y más aún si se considera que los políticos y funcionarios que ocupan los poderes del estado son mayoritariamente abogados.

El 76,56 % de los encuestados en Derecho respondió mal o no supo responder respecto del Ballotage contra el 62,36 % en Farmacia y el 68,14 % en Agronomía y Veterinaria.

En relación con los candidatos presidenciales en Derecho el 85,71 % respondió incorrectamente contra el 50,54% en Farmacia y el 46,32 % en Agronomía y Veterinaria.

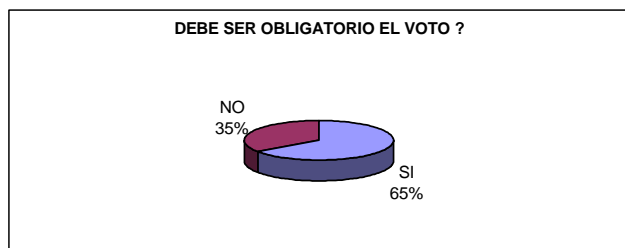
En ambos casos las respuestas obtenidas en Derecho estuvieron por sobre la media de respuestas incorrectas.

En la Facultad de Ciencias Sociales, donde las mujeres representan el 63% de la población estudiantil y las carreras más concurridas son Sociología, Ciencias de la Comunicación y Ciencia Política, se observan los mejores guarismos desagregados por unidad académica para estos ítems que representan mayor dificultad y exigen mejor información.

Respecto al ballotage el 57% respondió mal o dijo no saber, si bien alto el porcentaje es el más bajo por unidad académica.

Respecto a los candidatos residenciales el 72% respondió correctamente. En esta variable sí se observa una performance muy superior para los estudiantes de Ciencias Sociales, sólo un 28% respondió incorrectamente.

Cuadro N° 12



En este cuadro se observa que un llamativo 35 % de los encuestados consideró que el voto no debe ser obligatorio, lo que permitiría inferir que ese porcentaje está integrado por individuos que no están seguros de ir a votar en caso de no resultar obligatorio.

La articulación de algunos resultados de este trabajo, por ejemplo la baja calidad de la opinión pública y un menguado interés por votar puede alimentar teorías elitistas o poco democráticas que propugnan algunos y que ya han sido observadas por otros autores (Gervasoni 1999, p.3), basadas justamente en resultados como los mencionados lo que implica un fuerte llamado de atención para el sistema democrático.

Conclusiones.

- I.- Se observa una alta fragmentación de la información obtenida por lectura de diarios, dada la frecuencia relativamente escasa de lectura.
- II.- Hay poco interés en la lectura de temas políticos y relativo sobre temas de interés general.
- III.- El grupo Clarín tiene gran peso e importancia en la información que se genera y en la formación de la opinión pública.
- IV.- El universo encuestado ve televisión con mucha frecuencia, en gran porcentaje todos los días y aproximadamente 2 horas por día. También es muy escuchada la radio.
- V.- Los programas políticos despiertan poco interés. Los noticieros son más vistos lo que fortalece la conclusión sobre la alta fragmentación de la información con la cual se alimenta la opinión pública.
- VI.- Un 40% de los estudiantes ha respondido que no ha leído libros en los últimos seis meses exceptuando los de su carrera. Esta evidencia fortalece los análisis de autores como Sartori en su obra Homo Videns y la decadencia del Homo Sapiens.
- VII.- Hay una fuerte influencia de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública. El 71% respondió que forma su opinión a través de los medios.
- VIII.- Parece existir un correlato entre la fuerte influencia mediática en la formación de la opinión pública y la escasa calidad de la misma. Por ello resulta llamativo el contraste entre la acriticidad y/o alta credibilidad respecto de los medios, a los que se consideran útiles o adecuados para el proceso de información y formación de la opinión pública (cuadros n° 8 y

9) y los pobres resultados obtenidos ante preguntas de cierto grado de dificultad (cuadros N° 10 y 11).

IX.- La baja calidad de la opinión pública y un menguado interés por votar serían demostrativos del clima de apatía política existente. Siendo que el universo encuestado se supone integrante de una minoría favorecida o de una elite educada, la especulación respecto a la ciudadanía en general es de pronóstico reservado.