



Las opiniones privadas no son tan simples

Catalina Romero

Coordinadora de la Maestría en Ciencia Política de la PUCP

Síntesis: La opinión pública es la opinión del público formada en distintos grupos, de acuerdo a intereses diversos y con la intervención de múltiples factores. Las encuestas no son la opinión pública pero contribuyen de manera importante a su conocimiento y formación. Recurrir a la opinión de las personas para tomarla en cuenta en la construcción de agendas públicas es una práctica democrática que, pese a sus deficiencias, debe ser incentivada, exigiéndole mejor calidad y competencia y analizando críticamente la información que nos dan.

El artículo de Gonzalo Gamio sobre *Encuestas: ¿Opinión pública o simples opiniones privadas?*, toca un tema clásico en la sociología, desde donde podemos confirmar que los resultados de las encuestas no son lo mismo que la opinión pública y también plantear como lo hace el autor que comentamos, que la opinión pública está en realidad muy poco estudiada. La opinión pública es la opinión del público que se forma en distintos grupos, de acuerdo a intereses diversos y con la intervención de múltiples factores, que hacen que esté en permanente cambio en algunos temas y que se estabilice en otros, y esto es pocas veces tomado en cuenta en las encuestas.

Lo que pasa es que las encuestas recogen la opinión de los individuos. Lo sabemos, y no hay nada simple en esto, para referirme al título del artículo que comento. Al fin y al cabo, los individuos vivimos en un mundo de opiniones que de diversas formas influyen en nuestra manera individual de pensar y de actuar. Así que, si cuando leemos una encuesta sabemos que es la suma de las opiniones personales de gente a la que se ha llegado con una pregunta, con frecuencia de manera inoportuna, sacándola de su cotidianidad, para ponerla a pensar sobre algo que no sabe o no tenía presente en el momento de la encuesta, podemos darle el peso real que tiene y tomarlo como un dato de partida, y no siempre como una confirmación de la realidad.

En el caso de las encuestas electorales, sin embargo, sabemos que es muy buen instrumento, y no sólo eso, sino que con mucha frecuencia nos permiten predecir los resultados electorales. Esto se debe a que la participación en las elecciones es un acto individual, no público. Si el voto fuera público entonces sería más compleja la construcción de instrumentos para predecir el comportamiento político de los electores. Más bien, en este caso, la asistencia masiva a los mítines pre electorales son pésimos pronosticadores de los resultados, porque a veces es la misma gente la que va a todos los mítines, porque son los mismos interesados en política quienes acuden al llamado de un candidato u otro, además de los adherentes, que ocupan las primeras filas.

Pero lo que quisiera recoger del artículo de Gamio es su preocupación por llegar a una discusión seria de la opinión pública, yendo más allá de los temas que interesan a los medios y a las empresas que la estudian, muchas veces guiados por su interés privado en asuntos públicos, lo que tampoco es simple.

Lo primero que tendríamos que preguntarnos es sobre qué temas queremos conversar, y sobre qué asuntos queremos explorar la opinión pública. En segundo lugar, debemos tomar en cuenta, que la opinión no es conocimiento experto, ni saber especializado. Es un conjunto de 'saberes' que parten de generalizaciones estereotipadas, sentimientos, y valores.



Por lo tanto, la opinión incluye juicios de valor, criterios éticos, además de la experiencia del mundo cotidiano que tiene el entrevistado y que deben ser tomados en cuenta, porque forman parte del mundo social en el que se vive habitualmente. En tercer lugar, recurrir a la opinión de las personas para tomarla en cuenta en la construcción de agendas públicas, candidaturas y otro tipo de decisiones que tienen que ver con el gobierno o con el funcionamiento del mercado (que es el terreno más extendido y el que financia a las empresas de estudios de opinión y mercadeo), es una práctica democrática que con todas sus carencias y deficiencias debe ser incentivado, exigiéndole la mejor calidad y competencia, y analizando críticamente la información que nos dan.

Por ejemplo, parece excesivo y casi inútil preguntar todos los meses a la población limeña por la popularidad del Presidente y de sus ministros. Generalmente, la opinión alcanza un punto de estabilidad en el que podemos pasar a hablar de una opinión formada, que ya no cambia con facilidad aunque se añada nueva información. Hay ocasiones en las que se puede esperar un pico, o una caída fuerte, en las que es importante volver a preguntar por la popularidad del presidente. Pero preguntar todos los meses por un tema sobre el cual ya se ha formado un criterio público, no tiene mucho sentido. Es lo mismo que preguntar por un candidato que por ley no puede llegar a serlo. También podríamos decir que es una pregunta inútil. Pero este caso nos permite ver que lo privado no es tan simple. Se trata más bien de intereses particulares que entran en juego en asuntos públicos de gran trascendencia, como la construcción de una candidatura política, o la ubicación de un grupo afín ideológicamente que no puede ser representado por su candidato pero que puede ser atraído o convocado por otros candidatos interesados o cercanos a este grupo de opinión.

El hecho de que las encuestas sean realizadas por una empresa privada y contestadas por un individuo, no quiere decir que las encuestas no tengan un interés público. Son también instrumentos de construcción de opinión. Influyen dando señales a los demás de por dónde está yendo la opinión de la mayoría, y se pueden producir fenómenos como los de apostar al ganador, o como suele suceder en el Perú, el votar por el menos malo, o en contra de alguien, en ausencia del que nos puede representar en un sentido afirmativo.

Otro fenómeno bastante conocido es el de callar la propia opinión cuando se sabe que la mayoría está en contra o cuando no se sabe por dónde va la mayoría, que es lo que se conoce como la “espiral del silencio” (Noelle Neumann) y que ocurre en momentos de cambio en la opinión, por el temor al aislamiento o a quedar en minoría.

Las encuestas no son la opinión pública pero son una importante contribución a su conocimiento y formación, que requiere de formadores de opinión, de grupos de referencia, de intelectuales y políticos y de los viejos y nuevos espacios públicos de intercambio y elaboración conjunta.