

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



**“FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE DETERMINAN LA
VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN AYACUCHO”**

**TESIS PRESENTADA PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR: BACH. CAROL REVATTA CORDERO.

ASESOR: MG. BORIS PEÑA MORALES

AYACUCHO – PERU

2015

tesis
CC-103
Rev
Ej. 1

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesor, por su apoyo constante durante el proceso de desarrollo de la investigación. De igual manera, a quienes me brindaron su tiempo y colaboración desinteresada. Y por supuesto, mi más sincero agradecimientos a mis padres, por ser la fortaleza que necesitaba para culminar esta investigación.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO I:	
1. Problema de la investigación	10
1.1.Objetivo general.....	13
1.2.Objetivo específico	13
1.3.Hipótesis.....	13
1.4.Variables e indicadores	14
CAPÍTULO II:	
2. Marco teórico	15
2.1.Antecedentes de la investigación	15
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	15
2.1.2. Antecedentes nacionales	19
2.1.3. Antecedentes locales	20
2.2.Teorías y enfoques	19
2.3.Definición de categorías.....	27
CAPÍTULO III:	
3. Metodología de investigación	30
3.1.Diseño de la investigación	30
3.2.Tipo de investigación.....	30

3.3.Métodos de investigación.....	31
3.4.Población de estudio	31
3.5.Muestra.....	31
3.6.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
3.7.Procedimientos.....	32
CAPÍTULO IV:	
4. Presentación de resultados de la investigación	33
CONCLUSIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	54

RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo identificar los factores internos y externos que determinan la volatilidad de la Opinión Pública en Ayacucho, en base a un enfoque estrictamente cualitativo. Para lo cual, se aplicaron entrevistas a profundidad a periodistas, líderes de opinión, catedráticos universitarios y psicólogos, quienes se convirtieron en fuentes de información de la presente investigación.

En este sentido, se identificó que los factores internos, propios de la persona, como la base cognitiva, emocional, espiritual, experiencias, principios, conciencia y cultura, que cada individuo desarrollo a largo de su vida, son aspectos importantes que determinan la volatilidad de la opinión pública. Asimismo, los factores externos, en los que se hallan los medios de comunicación, líderes de opinión, elementos económicos, sociales y políticos, que coadyuvan y complementan el proceso de volatilidad de la opinión pública.

Como resultado de este estudio se llegó a determinar que el factor preponderante para la volatilidad de la opinión pública es el bajo nivel de conciencia de la

sociedad ayacuchana, el nivel de desarrollo de la conciencia política y moral determina si la persona cambia de posición a la hora de emitir un juicio. Sin dejar de lado a los medios de comunicación, ya que éstos influyen pero no determinan, principalmente a poblaciones que no ha desarrollado una conciencia sólida, es por ello que la opinión pública se torna más volátil.

De igual manera, se ha determinado que la percepción respecto al rol de los líderes de opinión es cada vez menos seria y responsable. Al igual que los medios de comunicación, la orientación de la información que éstos brindan busca atenuarse en intereses personales.

INTRODUCCIÓN

Son múltiples las acepciones que genera el término “opinión pública”, desde las más racionales hasta las más radicales, y es que la opinión pública como proceso se torna cada vez más importante, a tal punto que actualmente se ha convertido en elemento de estudio de diversos investigadores.

Refiriéndonos específicamente a la opinión pública ayacuchana, podemos afirmar que ésta posee sus propias características, explicadas en parte, en base a como se ha ido desarrollando nuestro sistema social y político y cómo cada persona ha ido asimilando este proceso, para que finalmente se forme la opinión pública.

Dentro de este conjunto de características que presenta la opinión pública se encuentra la más importante y está referida a la volatilidad, que muy bien lo ha definido un estudio de investigación realizada en nuestra localidad. Con la volatilidad nos referimos a que se puede pensar una cosa en un determinado momento y al poco tiempo estar en el camino contrario. Esto debido a una serie de factores, que está referido a la personalidad de los individuos, la estructura social, la acción de los medios de comunicación masiva, la participación de los líderes de

opinión en temas coyunturales, entre otros, que se ha identificado a lo largo de la investigación, los que en disímil proporción, son aspectos determinantes para la volatilidad de la opinión pública.

Por lo expuesto líneas arriba es que nos planteamos la siguiente hipótesis: La opinión pública en Ayacucho es volátil, debido a la influencia de factores externos e internos que se encuentran permanentemente en el contexto social y en la formación de cada individuo.

Para la presente investigación se ha hurgado en investigaciones relacionadas a la opinión pública, se acudió a diversos teóricos y autores que ampliamente han desarrollado el tema de opinión pública y que han aportado en esta investigación.

En este sentido la investigación está enmarcada bajo el planteamiento teórico de Jurgen Habermas y su posición crítica, tornándolo estrictamente cualitativo. Asimismo, en el planteamiento sistémico de Raúl Prada Rivadeneira.

El informe consta de cuatro capítulos. El primer capítulo contiene el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos, así como la descripción y formulación del mismo, seguido del objetivo general y específicos de acuerdo a las preguntas secundarias que nos planteamos. De igual manera, la hipótesis y la identificación de las variables.

El segundo capítulo desarrolla el cuerpo teórico que sirvió de soporte de la investigación, además, los antecedentes de nuestro estudio, desde artículos, ensayos e investigaciones desarrolladas en el ámbito internacional, nacional y local.

El tercer capítulo presenta el cuerpo metodológico donde se desarrolla el diseño, métodos, población muestra e instrumentos de recolección de datos.

Finalmente, el capítulo cuatro que presenta el análisis e interpretación de los resultados, presentados en base a las entrevistas a profundidad realizada a líderes de opinión, periodistas, psicólogos y catedráticos universitarios, con los que se ha llegado a contrastar la hipótesis de la siguiente investigación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La opinión pública, con sus propias características y cualidades, es un proceso cada vez más importante, ya que se ha convertido en elemento de estudio de diversos investigadores.

Para Irvin Crespi (1997), “la opinión pública es un fenómeno de interés para todo tipo de personas”, tanto políticos, investigadores, periodistas y filósofos sociales, que van a tomar interés por la opinión pública como una parte esencial de la vida política de las personas. Explica que la opinión pública es además objeto de estudio de los investigadores sociales que están interesados en saber cómo se generan las opiniones de los individuos, cómo se convierten en una fuerza colectiva de importancia, y qué relación tiene todo esto con el funcionamiento del gobierno, especialmente en sociedades democráticas, precisando que no toda opinión pública puede estar bajo ella o depender de ella (democracia).

Acercándose al planteamiento anterior, Morales y Gómez, Rodríguez y O'quinn (2012) señalan que la “opinión pública y democracia implican una relación permanente en el actuar y devenir de la colectividad, en la medida en que ésta última se involucra estrechamente en el proceso de toma de decisiones, que no únicamente compete a una clase política dominante, sino que es necesario que la ciudadanía asuma su papel como agente de cambio que todo Estado requiere para encarar de mejor manera los asuntos del público” .

La opinión pública, tendrá ciertas particularidades, dependiendo del espacio en el que se presente. Esto va a obedecer a cómo se involucra la ciudadanía en este proceso, que muchas veces es dejado de lado, por prioridades básicas que la población busca satisfacer, haciendo que este grupo poblacional viva alejada de las cuestiones sociales, en las que bien podría participar de manera activa; por lo tanto, va a conllevar a que la masa se incline a lo que la realidad ya le presenta, generando no sólo una opinión pública simple, sino haciéndola inestable, inconstante o volátil. Muy bien sustentan lo dicho Marteache, Martínez y Pérez, al plantear que la “opinión pública simple” se refiere a una opinión de baja calidad, caracteriza por ser volátil e inconsistente. Por el contrario, cuando se habla de “opinión pública meditada” se refiere a una opinión de calidad, caracterizada por su coherencia y su estabilidad.

Con ello, diríamos que existe una volatilidad de la opinión pública con sus propias características, en el que muy bien influyen diversos factores que se encuentran permanentemente en el contexto social, que se tornan necesarios y que va más allá de la interacción de los ciudadanos, me refiero a los medios de comunicación, como plantea Guillermo López García: “la era de las masas comporta,

necesariamente, el predominio de los medios de comunicación como fuente fundamental de la opinión pública”.

Pero existen otros factores en el proceso de la volatilidad de la opinión pública, Irvin Crespi (1992) argumenta que “para entender cómo y por qué cambian las opiniones debemos darnos cuenta de que no son sólo producto de la exposición y de la manipulación de los todopoderosos medios de comunicación social. Los individuos son seres activos y creativos, cuyas experiencias personales y directas pueden y, de hecho, representan una parte muy importante de lo que piensan y sienten.

Son entonces diversos aspectos: la personalidad de los individuos, la estructura social, la acción de los medios de comunicación masiva, entre otros, que se identificará a lo largo de la investigación, los que determinarán la volatilidad de la opinión pública. Y es que nuestra sociedad no es ajena a este proceso de inestabilidad, ya que los elementos que interactúan en ello, muy bien se encuentran presentes, entonces surge la pregunta: ¿Cuáles son los factores internos y externos que determinan la volatilidad de la opinión pública en la localidad de Ayacucho?, que es nuestro problema principal de investigación.

Como problemas específicos nos planteamos los siguientes:

- 1.- ¿Cuál es el grado de la volatilidad de la opinión pública ayacuchana?
- 2.- ¿Cuál es el grado de participación de la población en temas sociales y políticos?
- 3.- ¿Cuál es el factor preponderante para la volatilidad de la opinión pública?
- 4.- ¿Cuál es la percepción que se tiene de los líderes de opinión?

1.2. OBJETIVO GENERAL:

Determinar los factores internos y externos que permiten la volatilidad de la opinión pública en Ayacucho.

1.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1.- Identificar los niveles de volatilidad de la opinión pública ayacuchana.
- 2.- Describir el grado de participación de la población en temas sociales y políticos?
- 3.- Identificar el factor preponderante para la volatilidad de la opinión pública.
- 4.- Describir el nivel percepción que se tiene de los líderes de opinión.

1.4. HIPÓTESIS

La opinión pública en Ayacucho es volátil, debido a la influencia de factores externos e internos que se encuentran permanentemente en el contexto social y en la formación de cada individuo.

1.5. VARIABLES E INDICADORES

Variable: Volatilidad de la Opinión Pública

Indicadores:

- Secuencialidad de opiniones
- Coherencia de opinión
- Conocimiento del tema
- Posición política

Variable: Factores internos y externos

Indicadores:

- Medios de Comunicación

- Líderes de Opinión

- Personalidad

- Grado de instrucción

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

La tesis doctoral, elaborada por López García G. (2001): “Comunicación Electoral y Formación de la Opinión Pública: Elecciones Generales de 2000 en la Prensa Española”, estudia hasta qué punto los medios de comunicación responden a las necesidades e interés de la opinión pública, partiendo de un concepto, el de opinión pública, de difícil definición, según el autor. La tesis menciona que las investigaciones sobre el particular (formación y características de la opinión pública) no han logrado delimitar el concepto, por el contrario se han esforzado por considerar la opinión pública como un proceso enormemente complejo en cuya formación intervienen multitud de condicionantes, la cual es corroborada en una de sus conclusiones. El autor considera a la opinión pública como el producto de un proceso complejo, en cuya formación existen factores muy diversos e incluso contradictorios, más allá de la acción de los medios de comunicación de

masas, señalando que esta mediación de medios se ve afectada por la escasa preparación de los periodistas.

Asimismo, afirma que la “opinión publicada” en los medios de comunicación no es necesariamente una representación fiable de la opinión pública, para lo cual estudia a los principales medios impresos de España, y de qué manera son asimiladas las informaciones por los periodistas, durante el año que se eligió como muestra de estudio. Concluye, señalando, que la opinión pública es el resultado de las encuestas de opinión pública, las cifras y datos estadísticos que éstas proporcionan representan la voz del público, aunque también ha comprobado que las encuestas padecen algunas deficiencias de tipos estructurales y relativas.

Otro antecedente, es la tesis elaborada por García Méndez M. (2004): “Credibilidad y opinión pública entre estudiantes de Ciencias de la Comunicación y Derecho: Caso la Iglesia Católica”. Realiza una medición de la percepción de la credibilidad en la Iglesia de acuerdo a cinco variables independientes: nivel socioeconómico, consumo de medios, credibilidad en los medios, religiosidad y la influencia de factores sociales. Considera a la opinión pública como un proceso que se da en base a dos niveles: los medios masivos de comunicación y los factores de influencia social, quienes se interrelacionan para generar niveles de credibilidad, entendiendo a ésta última como la percepción de honestidad, dedicación, atención, habilidades y compromiso que el receptor tenga del emisor. Entre sus principales conclusiones afirma que el principal antecedente de la opinión pública es el concepto del público, conjunto de habitantes que emiten juicios de valor, también que la religiosidad está fuertemente relacionada con el

nivel de confianza. Los medios de comunicación tienen un fuerte vínculo con la credibilidad en la iglesia, siendo el medio televisivo el más consumido, según la investigación.

Por otro lado, tenemos el estudio elaborado por Emilio Recabarren, L. (2010): “Comunicación Persuasiva: La Opinión Pública”. Señala que la opinión pública obtiene fuerza de los individuos y por ello, primero, hay que persuadir y organizar a éstos. Refiere que para ello se debe estudiar sus características heredadas, el medio ambiente en que viven y las causas del comportamiento humano y diversos factores que van a interactuar en la verdad de un individuo, señala las principales: 1.- Biología o rasgos hereditarios. 2.- Grupo a que se pertenece y, esencialmente, medio ambiente. 3.- Actividades, así como edad, sexo, posición social, clase y raza. Menciona, además, que los determinantes del cambio de opinión son los factores circunstanciales de cultura, familia, religión, educación, posición social y posición económica, que intervienen alternativamente en combinación con las influencias directas y activas de la persona (refiere la experiencia: lo que se ve se oye y se lee).

Vinculando los estudios, específicamente con el tema de volatilidad, Adroque G. (1998): “Estudiar la Opinión Pública. Teoría y datos sobre la Opinión Pública Argentina”. Este trabajo plantea el estudio de la opinión pública como una de las áreas de mayor crecimiento y dinamismo, hoy en día dentro de las ciencias sociales en casi toda América Latina. Sin embargo, sostiene que uno de los rasgos distintivos de este proceso es la ausencia de conceptos precisos que den cuenta del fenómeno a estudiar.

Afirma que no existen respuestas definitivas sobre el concepto de opinión pública, sobre sus principales características y sobre el impacto en la vida política, social y económica de la sociedad, pero sí es llamativo en Argentina y toda América Latina, la ausencia de un debate sobre estas cuestiones. Explica, además, las controversias sobre las propiedades de la opinión pública en base a estudios en los Estados Unidos y luego analiza las características distintivas de la opinión pública en Argentina a la luz de los criterios como ¿Es la opinión pública estable o inestable, racional o irracional? La respuesta de estas interrogantes surge en base a entrevistas y encuestas de opinión, donde en ese país la opinión pública se encuentra de algún modo estable, con algunas falencias de orden político, pero que a diferencia de países de América Latina, la opinión pública se vuelve más racional.

Otro trabajo que tiene acercamiento a nuestro trabajo es la monografía de Garbinato F. (2001): “¿Afectan ciertas características de las personas a la opinión pública de forma diferente?”. Analiza la influencia del sexo, la edad, el lugar de residencia, el nivel educacional y el nivel socioeconómico en respuestas obtenidas ante preguntas efectuadas sobre la situación económica de Chile. En su trabajo, Garbinato determinó que las respuestas de las personas son dependientes de los factores ya mencionados. El autor menciona en respuesta a su interrogante que la postura de las mujeres en algunos temas políticos y económicos es diferente de la de los hombres. Con respecto a la edad, la misma en cierta manera indica que la experiencia que tiene con una persona con su experiencia de vida pueden afectar, de alguna manera, la credibilidad de una persona, o bien las mismas perspectivas en torno a hechos puntuales, sobre el futuro, etc.

Entonces la edad puede ser un factor importante en cuanto a la opinión pública ya que grupos de distintas edades pueden opinar sobre un mismo tema de manera diferente.

Respecto al nivel de residencia, el autor señala que puede también ser relevante a la hora de la formación de la opinión pública. Esto se debe a que el desarrollo de las comunidades es muy distinto en función de su tamaño, en general las ciudades aglomeran personas que son menos conservadoras que la gente que habita en zonas rurales. También refiere que es frecuente que la gente rural posea menos información y que no tenga los mismos instrumentos para procesar la información que la gente rural. El autor señala, que tanto el nivel socioeconómico como el nivel educacional pueden afectar a la opinión pública de manera distinta, esto se debe a las diferentes posiciones tanto en la producción como en la distribución de la riqueza social, y en el caso del nivel educacional, puede inducir a comprender distintos temas de forma más cabal en personas más formadas que otras, de manera que un mismo tema puede ser entendido de distintas formas en función del nivel educativo alcanzado. Todos los factores interactúan de manera constante.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Un antecedente de este tipo es la ponencia elaborado por Sulmont D. (2007): “Conocimiento Político, Opinión Pública y Democracia en la Sociedad Peruana”, el cual señala que las desigualdades socioeconómicas no son el único factor que explican los diferentes niveles de información política que pueden llegar a manejar las personas. La motivación e interés en participar de los asuntos

públicos, el ser miembro activo de organizaciones de la sociedad civil pueden incentivar a personas de sectores socialmente menos privilegiados a adquirir este tipo de conocimiento y de esta manera estar en mejor posición para representar sus intereses en los diferentes espacios de participación política que se van abriendo en la sociedad.

Otra investigación nacional es la de Galván Veintemilla J., Murga Gil L., Taype Lázaro a. (2012): “Opinión Pública y la Participación Política en el Perú”. Entre las principales conclusiones señala que la opinión pública es un proceso complejo que opera en base a dos fuentes: influencia social y medios de comunicación.

2.1.3. Antecedentes Locales

En el ámbito local una investigación relevante es la realizada por Infante Yupanqui C. (2010): “Dinámicas de organización y formación de la Opinión Pública en Ayacucho”. El autor afirma que en nuestra localidad la opinión pública es volátil, debido a diversas circunstancias, principalmente histórica, la que es asociada a la realidad política y social que vivió el país hasta finales del siglo XX. Según menciona, la situación cambiante, inestable de la opinión pública solo puede ser producto de la escasa formación y desarrollo de la conciencia política ayacuchana.

La investigación, afirma que la organización de la Opinión Pública en Ayacucho obedece más bien a la inestabilidad social y política, a circunstancias políticas, antes que a una auténtica conciencia política. También, menciona la necesidad de seguir formando a la opinión pública, a partir de la combinación de libertades y derechos políticos, sociales, económicos y civiles que alcancen a la población

ayacuchana en su conjunto, para ello se debe tener muy ligado el tema de democratización no solo política sino social de la sociedad ayacuchana, democratización que debe madurar la conciencia política y, por tanto, fortalecer la opinión pública donde los temas de coyuntura sean atados a una lógica de desarrollo social principalmente.

2.2. TEORÍAS Y ENFOQUES

El análisis de la volatilidad de la opinión pública se va a regir en base a un enfoque sociopolítico, debido particularmente a que este fenómeno se desarrolla dentro de una base social.

La formación de la opinión pública y de las actitudes ideológicas envuelve una acción recíproca entre los antecedentes sociales, políticos y psicológicos de una persona, la participación en organizaciones y asociaciones de una parte y su exposición a los medios de comunicación de otra.

La opinión pública, contempla una larga serie de estudios, que para su entendimiento no basta con conocer su conceptualización, o definirla como una simple suma de opiniones de un momento concreto, sino entender a través de un análisis minucioso cómo se lleva a cabo este proceso complejo, cuyas características serán propias y peculiares dependiendo del espacio y la sociedad en la cual se desarrolla, donde llega a convertirse en un proceso participativo y continuamente cambiante.

Desde esta perspectiva, debemos entender que la opinión pública, como parte de un contexto social, involucra diversos aspectos, que bien podríamos llamarlo

factores, los cuales se interrelacionan entre sí, aquellos que van relacionados con la persona y su medio, entonces podríamos decir que la opinión pública es un hecho social, que se sustenta en un proceso comunicativo.

Desde la mirada de Habermas (1989: 24), estos procesos comunicativos son capaces de llegar a coordinar las acciones sociales. Las teorías de la acción social en torno al proceso comunicativo, tienen como cimiento el conocimiento, y es que la sociedad moderna tiene que ver con la relación entre el saber y la racionalidad expresada en la acción comunicativa, por ello afirma que “la estrecha relación que existe entre saber y racionalidad permite sospechar que la racionalidad de una emisión o de una manifestación depende de la fiabilidad del saber que encarnan”.

Pero toda acción comunicativa está ligada al lenguaje y la interacción de sus actores, como menciona Habermas (1989: 134), “la acción comunicativa es aquella en la que los actores buscan entenderse sobre una situación para poder así coordinar de común acuerdo sus planes de acción”. En la acción comunicativa, los actores negociarán la definición de la situación susceptible de consenso a través del medio lingüístico, de manera tal que éste último, se convierte en un mecanismo catalizador de coordinación de la acción.

Y si bien la opinión pública, entendida como un proceso social de interacción en el cual es necesario el saber o entendimiento, como señalábamos líneas arriba, debemos conocer que data de muchos años atrás, específicamente del siglo VIII -según Rivadeneira Prada (1979:79) fue observado por primera vez por Jean Jacques Rousseau y él mismo fue quien denominó al hecho: “opinión pública”, no nos podemos limitar y dejar de lado a estudios sobre el sentido y la historia del

espacio público y la opinión pública, como bien lo explica Habermas, que a merced de nuestra investigación es necesario entenderlo. Para Habermas, citado por Boladeras, (2001), el espacio público se presenta como el lugar de surgimiento de la opinión pública, que puede ser manipulada y deformada, pero que constituye el eje de la cohesión social, de la construcción y legitimación (o deslegitimación) política

Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público (Boladeras 2001:53).

Teniendo claro que la opinión pública un proceso desarrollado propiamente en la sociedad, este fenómeno implica muchas cosas a la vez, debido a su extensa producción como campo de estudio, donde no sólo participan los individuos, sino también los grupos y organizaciones sociales. Entonces la opinión pública tiene que ver con factores políticos, por ejemplo, la organización y distribución del poder; los procesos de decisión política. Rivadeneira (1979: 6) es claro en el sentido de que “La opinión pública no se puede separar de las instituciones y productos de medio, vale decir, de editoriales, radiodifusoras y estaciones de televisión, por un lado y de programas que divulgan, por otro. Pero la opinión

pública tampoco es imaginable sin la comunicación total, es decir, la comunicación personal, directa y recíproca.”

Boladeras explica que Habermas retiene ideas que la autora Hannah Arendt había expuesto en el capítulo II de su obra “a condición humana, dedicado a la esfera pública y la privada».

Por ello elabora un instructivo para explicar la conceptualización y entendimiento de lo público y privado, explicando que en el ámbito de lo “público”, convergen: la publicidad, entendida como aquello que aparece en público, puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible; la Identidad en la diversidad, es decir “ser visto y oído por otros deriva su significado del hecho de que todos ven y oyen desde una posición diferente. Sólo donde las cosas pueden verse por muchos en una variedad de aspectos y sin cambiar su identidad, de manera que quienes se agrupan a su alrededor sepan que ven lo mismo en total diversidad, sólo allí aparece auténtica y verdaderamente la realidad mundana”; del ámbito de actividad compartido y la permanencia.

Lo privado, explica la autora, ha significado el sentido privativo, es decir estar privado de la realidad que proviene de ser visto y oído por los demás, estar privado de una «objetiva» relación con los otros que proviene de hallarse relacionado y separado de ellos a través del intermediario de un mundo común de cosas, estar privado de realizar algo más permanente que la propia vida. El hombre privado no aparece y, por lo tanto, es como si no existiera; la sacralidad de lo privado y la propiedad privada.

2.2.1 OPINIÒN PÙBLICA Y DEMOCRACIA

En este punto es necesario mencionar a Giovanni Sartori (1992:149), quien es explícito cuando dice que “es evidente por sí mismo que una opinión generalizada (difundida entre un gran público), puede existir y de hecho existe sobre cualquier tema”, si bien asume la existencia de la opinión pública, plantea también que se da en sociedades con ciertas características de orden democrático.

Este autor, denomina “la cosa pública” como un elemento de la opinión pública, un término que está referido a un hecho social trascendental, en el que el público está interesado. El público, para Sartori, son los ciudadanos que tienen una opinión sobre cuestiones sociales que están relacionados al beneficio e interés general; en síntesis, “el público no es sólo el sujeto, sino también el objeto de la expresión. Una opinión se denomina pública no sólo porque es del público (difundida entre muchos o entre los más), sino también porque afecta objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común y en esencia la res pública”, intereses públicos que nacen a partir de la política. Si bien en nuestra sociedad no existe una democracia perfecta con un sistema efectivo social y político, la formación de la opinión pública es innegable, por tanto señalaremos que existe este fenómeno, pero que varía en torno al espacio en el que se desarrolla, adoptando de esta manera, características peculiares.

Es necesario señalar algo importante que Rivadeneira (1979) plantea el hecho de que se debe tomar en cuenta que no ocurre lo mismo en todas las sociedades: las sociedades que viven dentro de una democracia representativa, tendrán mayores posibilidades de interacción que las sociedades de masas.

Sobre el desarrollo de la opinión pública en sociedades representativas, Crespi I. (1997: 17), explica que “los investigadores sociales están interesados en saber cómo se generan las opiniones de los individuos, cómo se convierten en una fuerza colectiva de importancia, y qué relación tiene todo esto con el funcionamiento del gobierno, especialmente en sociedades democráticas, precisando que no toda opinión pública puede estar bajo ella o depender de ella (democracia).

Es importante entender y diferenciar que la opinión pública no es lo mismo a la opinión del público. La opinión del público se da en cualquier situación y traduce un proceso más cuantitativo de suma de opiniones personales; sin embargo la opinión pública que también requiere una situación colectiva, traduce principios que de alguna forma van “autorizadas”, “calificadas”, como bien lo señala Cossio, (1958: 12)

2.2.2 VOLATILIDAD Y FACTORES DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Para Rivadeneira (1979:39), la opinión pública no es algo estático, sino algo sujeto a la transformación, a la alteración en el transcurso de la historia. Refiere que cambia y se modifica con otros actores, es decir está influida por otros elementos y las interrelaciones que existen en ellos. En otras palabras, la opinión pública es siempre descriptible y comprensible como función de un conjunto de factores interrelacionados.

Siendo uno de esos factores los medios de comunicación y el poder de influencia que tienen respecto a las opiniones de los individuos, analizando a través de los llamados públicos y el sentido de pertenencia que éstos tienen en relación a los

medios, tal como dice “grupos sociales a los cuales el hombre concreto, lector de un diario por ejemplo pertenece o tiene la sensación de pertenecer, según Rivadeneira (1979: 152).

Dentro del vasto grupo de factores que intervienen para la formación de la opinión pública es propio el campo de los grupos sociales en interacción, así como la pertenencia individual a diversos grupos, los medios de comunicación y finalmente el conocimiento a nivel de información individual y el intercambio de informaciones, refiriéndose al nivel de formación de cada individuo.

Además, señala que existen otros factores en el proceso de cambio de la opinión pública. Crespi I. (1997: 55) argumenta que “para entender cómo y por qué cambian las opiniones debemos darnos cuenta de que no son sólo producto de la exposición y de la manipulación de los todopoderosos medios de comunicación social. Los individuos son seres activos y creativos, cuyas experiencias personales y directas pueden y, de hecho, representan una parte muy importante de lo que piensan y sienten.

Carlos Ariel Sánchez Torres (1998), en su libro “Opinión Pública y Encuesta”, es claro en señalar la intervención de factores para la formación de opinión pública, pero previamente afirma que es cambiante, ya que “se configura y se descompone con facilidad y rapidez”, para el autor este proceso precisa de un contexto social, ligado íntimamente a la política.

El estudio acerca de la formación de la opinión pública aún no ha terminado y faltan muchos años para que se acepte una reflexión generalizada. Sin embargo, se puede afirmar, que aspectos como la personalidad de los individuos que intervienen en un proceso, la naturaleza de los grupos a los que pertenecen los individuos, la estructura social del país de referencia, los sistemas educativos predominantes y la acción de los medios de

comunicación masiva, son determinantes en la formación de la opinión pública bajo un contexto social determinado en relación con un hechos de interés común y al momento en que la opinión se estudia (1998: 330)

2.3. DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS

2.3.1. EL PÚBLICO

El público es comúnmente considerado como el sujeto y objeto de la opinión pública, el encargado de hilar el proceso de debate a través del cual se conforma la opinión pública y también el conjunto de los receptores de la opinión pública. Por tanto, “público” es inseparable de “opinión pública”, y en consonancia con las dificultades para definir el concepto de “opinión pública”, también las encontramos a la hora de determinar exactamente qué es el público.

2.3.2. OPINIÓN

En cuanto a las relaciones entre opiniones y actitudes, éstas son variadas:

- a) Las opiniones como expresiones: las opiniones serían simplemente la expresión clara de las actitudes que previamente ya existían.
- b) Las opiniones como algo meditado: En este caso, la opinión es el resultado de un proceso de raciocinio que, en todo caso, pudiera estar influido por la actitud, no meditada, que mueve al público.

2.3.3. LA OPINIÓN DEL PÚBLICO

Es la opinión de la mayoría, que es la más común y consiste en tener en cuenta lo que el ciudadano manifiesta abiertamente ante quienes le rodean y con quienes mantiene contacto; aunque también esta manifestación pudiera ser recogida y difundida por los medios de comunicación a través, de sondeos y cartas al editor. La globalidad de las opiniones oscilan por lo general entre dos conceptos diferentes: el de unanimidad (este es un entendimiento completo entre los hombres sobre el cual, la opinión se apoya con toda claridad porque no es oculta, pues es “pública”), y la disparidad, que evoca confusión, fragilidad y discusión, elección de una tendencia y rechazo de otra.

2.3.4. LÍDERES DE OPINIÓN

El líder de opinión es una persona u organización que tiene la capacidad de ejercer influencia sobre las actitudes o la conducta de otros individuos, hacia ciertas formas de pensar o de actuar, en virtud de que es percibido por los demás como una autoridad o una fuente confiable de información, noticias, o reflexiones; y cuyos puntos de vista son tomados como modelo por un grupo social o una comunidad en particular.

Deriva de la expresión anglófona opinión *leader* u opinión *leadership* y su estudio y caracterización va al par de los estudios en sociología y mercadotecnia. En algunos países latinoamericanos se les llama «influenciador», en relación a la teoría de la comunicación.

Su influencia se debe al renombre o la reputación adquirida por diversas causas, entre ellas:

- Su conocimiento sobre un campo particular (científicos, catedráticos, estudiosos o expertos sobre un tema).
- Su historia personal, que crea empatía o simpatía en las masas (en relación a un testimonio sobre alguna experiencia personal).
- O su postura de conformidad o disconformidad con las normas de un sistema (líderes religiosos, activistas, figuras políticas, etc.).

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación

La investigación se enmarca en un enfoque estrictamente cualitativo, debido a que la información de resultados se basa en las entrevistas a profundidad realizadas a líderes de opinión, catedráticos universitarios, periodistas y psicólogos.

El diseño utilizado en el presente estudio es no experimental de carácter transversal. Las entrevistas que fueron objeto de análisis no se sometieron a un proceso experimental; más al contrario, buscamos en un solo momento y en un tiempo único los datos de la investigación.

3.2. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva.

3.3. Método de investigación

El método que se empleó es el hermenéutico, puesto que se analizaron datos cualitativos a partir de la aplicación de entrevistas a profundidad, cuyo instrumento es la guía de entrevista.

3.4. Población

La población de estudio está constituida por 40 periodistas, 15 líderes de opinión y 50 psicólogos de la localidad de Ayacucho.

3.5. Muestra

La muestra se realizó de manera selectiva: 05 periodistas, 05 líderes de opinión y 02 psicólogos.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se aplicó entrevistas a profundidad, cuyo instrumento es la guía de entrevista.

3.6. Procedimiento de la Investigación

Se identificó a los actores sociales involucrados con el tema, como son los periodistas y líderes de opinión. Además, profesionales de la rama de psicología, para coadyuvar con la variable dependiente: factores internos y externos.

Las entrevistas fueron concertadas en diversas fechas y horarios, respetando la disponibilidad de los entrevistados.

La aplicación de esta técnica se efectuó de la siguiente manera:

- Antes de comenzar con la entrevista: Se realizó la presentación y explicación del objetivo y motivo de la entrevista, creando un ambiente de confianza.
- Momento de desarrollo de la entrevista: Para poder llevar a cabo la entrevista de manera correcta se creó un clima de confianza, lo que facilitó la comunicación y se registró toda la información.
- Al concluir: Se realizó una valoración de la entrevista.

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.- Volatilidad de la opinión pública

La participación ciudadana en escenarios como el nuestro, que cuenta con un legajo histórico y cultural amplio, se torna fundamental para el logro del desarrollo humano sostenible y para la formación de la opinión pública, por ello es necesario analizar el grado de participación de los ayacuchanos en temas de interés social y político.

Si bien la participación ciudadana, según Alberich (2004:24), citado por Hernández Aristu, es el conjunto de actividades, procesos y técnicas por los que la población interviene en los asuntos públicos que le afectan, es una “nueva política” que incorpora las demandas y las necesidades de los ciudadanos para dotar de mayor viabilidad y eficacia a las administraciones públicas. Esta nueva política permite a los ciudadanos adquirir ciertos poderes. Este hecho lleva

inherente un conflicto entre poderes: entre el poder de las administraciones públicas (políticos, administrativos y técnicos) y el poder de los ciudadanos.

La participación ciudadana, además, va a permitir fortalecer el nexo entre Estado y población, independientemente o no de generar un poder social como señala Aristu, porque es a través de ello que girará el desarrollo colectivo de los grupos que busca plantear sus demandas y necesidades. A lo largo de los años cuánto ha desarrollado esta “nueva política” en el Perú y específicamente en Ayacucho, es una proposición que va arrastrar consigo algunos aspectos propios de nuestra localidad, que se explica en base a antecedentes históricos y culturales.

Este aspecto histórico, se sumerge a la etapa de violencia política que vivió nuestra región. Uno de los periodistas con trascendencia, como Necías Taquiri Yanqui, señala que es ésta una de las principales razones por las que el proceso de participación ciudadana ha ido en descenso.

Antes de la violencia política, la participación de la población era consecuente, frecuente, seria y responsable en la solución de diferentes problemas, después de la violencia política lamentablemente por razones obvias esta participación ha bajado, y en algunos casos hasta se ha anulado por temor, porque la gente no quiere comprometerse.

El conflicto armado, señala Degregori (1991:16-24), inició el 17 de mayo de 1980 en la comunidad de Chuschi, el Partido Comunista del Perú denominado "Sendero Luminoso" (SL) dio inicio a su llamada "guerra popular".

Las consecuencias y cambios como consecuencia de la violencia política han sido muchas, entre ellas señala Reynaga (1996:05) se manifiesta en la gran movilidad de la población campesina a las ciudades, cambios en la estructura productiva, disminución de la actividad agropecuaria y diversidad de actividades del

campesino desplazado, cambios en la estructura organizativa y de poder local, de relaciones sociales y en la estructura y las relaciones familiares.

Pero al pasar de los años, los cambios y reestructuración social, en los diversos aspectos, se ha venido tejiendo y fortaleciendo. Específicamente del aspecto social, señala Coral (2006) la reconstrucción ha sido más dinámico y sostenible del proceso, porque está caracterizada por la afirmación del protagonismo de las organizaciones, recreación de la estructura organizativa y las estrategias de gestión en función de las nuevas necesidades existentes, y tiene como eje central la construcción de espacios y canales de participación ciudadana.

A lo largo de los años, la participación es ciudadana incorporada con mayor intensidad como parte de las políticas públicas nacionales a partir del gobierno de transición democrática y especialmente con la construcción del marco normativo institucional creado para impulsar la descentralización como parte de la reforma del Estado, del 2002 en adelante.

Pero, actualmente en nuestra localidad, el desarrollo de la participación ciudadana sigue en proceso, no logra masificarse. Se ha estancado en la participación de ciertos grupos humanos, como lo menciona Luis Ledesma Estrada, periodista con 27 años de experiencia.

El grado de participación de la población no es masificada, por lo menos cuando hay participación ciudadana directa son determinadas las voces, o los que dirigen grupos humanos llámense dirigentes gremiales, por ejemplo, son los mismos o casi los mismos los que siempre participan.

Y aunque en el Perú, a partir del año 2002, se tiene una legislación que considera a la participación ciudadana como política pública, en el contexto del proceso de

descentralización, en base a las leyes: Ley de Bases de la Descentralización, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y la Ley Orgánica de Municipalidades, analizando específicamente a nuestra localidad, aún no logra fortalecerse. De similar opinión, el periodista Jaime Quispe Olano, quien está constantemente inmerso en temas coyunturales políticos y sociales, comenta:

La participación de la ciudadanía es bien débil, no hay una organización clara, mucho clientelaje, la sociedad civil tiene una agenda distinta a la población en general, las organizaciones representativas que deberían estar en temas de gobernabilidad tienen una concepción de estado diferente a lo que existe actualmente.

Enrique Moya explica este tema desde el punto de vista de una fragmentación de la sociedad ayacuchana y la falta de institucionalidad.

El tejido social ayacuchano no existe, hay una fragmentación de grupos sociales, sociedad es cuando hay varios elementos que la integran podría ser la música ayacuchana, la comida, pero nada más, no hay otro tipo de integridad cultural, la sociedad ayacuchana no conoce su historia, entonces cuando tienes una sociedad débil fragmentada, cuando tienes un tejido social no institucionalizado entonces la opinión pública es débil y cambia.

Está claro que aún falta fortalecer la participación ciudadana en nuestra localidad, y si bien es uno de los aspectos que coadyuvan en la formación de la opinión pública, influirá en igual medida, generándose una opinión volátil, donde el nivel de desarrollo no es alto, y se ha ido desarrollando en la medida que la sociedad ha desarrollado la ciudadanía política. Jeffrey Gamarra, catedrático de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, hace una aproximación al tema.

La opinión pública es volátil porque no hemos consolidado una ciudadanía y la ciudadanía en esencia ¿qué es?, es el ejercicio de la política, de la capacidad de racionalizar y de pensar en hacer, en emitir opiniones políticas, la volatilidad no hay que verla porque los

ayacuchanos somos voluptuosos, desde las ciencias sociales la volatilidad de la opinión pública hay que pensarla que no es un país con una institucionalidad con una ciudadanía lograda, consolidada y una ciudadanía no consolidada, significa que la opinión no genera respuestas realmente basadas en la política.

La consolidación de una ciudadanía en Ayacucho es consecuencia de una democracia que no está bien constituida, lo que también va a generar que la opinión pública tenga ciertas limitaciones. Al respecto, Nelly Machaca Calle, explica que la sociedad ayacuchana ha sufrido cambios sociales como consecuencia de dictaduras y falta de democracia, razón por la cual la población se deja llevar por factores de nuestro entorno social.

Falta ciudadanía para que la población no sea fácilmente engañada, lamentablemente según estudiosos hemos vivido permanentemente de democracia a dictadura, y viceversa, con más tiempo de dictadura y menos democracia, las dictaduras se entienden que son posiciones autoritarias, arbitrarias, como que hay una idea de que debemos respetar y hacer lo que nos mandan o nos dicen y no por nuestra propia iniciativa, no porque estamos plenamente convencidos sino porque hay quien nos dicen tienes que hacer esto o lo otro, esa parte histórica juega un papel importante que de a poco debemos desterrar.

La democracia, no sólo en nuestra localidad, la percepción es similar en el resto del país, no existe en un estado puro, en ocasiones se presentan sociedades más o menos democráticas, es aquí donde señalaremos la existencia de una “Poliarquía”, entendido como el gobierno de muchos, que acepta las limitaciones de orden social y político estableciendo un punto de equilibrio entre la democracia ideal y real. Y es que las poliarquías son “democracias imperfectas”, como lo señala

Roberto Dahl (1968), debido a que en nuestro contexto no cumpliría con ciertas exigencias normativas.

Pero la falta de una efectiva democracia no puede aplacar la existencia de una opinión pública, desde tiempos remotos a la actualidad este fenómeno se ha presentado en mayor o menor consistencia, con sus propias características. Este análisis lo constatamos con Carlos Infante Yupanqui, periodista y catedrático de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.

La opinión pública se forja de manera genuina en un espacio donde las libertades políticas se encuentran plenamente desarrolladas y garantizadas. Sin embargo, el que no hayan logrado cierto grado de desarrollo, no impide que exista opinión pública.

Del estudio de investigación que realiza Infante (2010:57) se sustrae además que “la falta de espacios democráticos desde lecturas estrictamente políticas condicionan la existencia de una opinión pública, consideramos que este fenómeno existió pero de forma restringida o en todo caso estuvo reservada a sectores reducidos de la sociedad ayacuchana”.

Está claro que la opinión pública existe y ha existido en nuestra sociedad, pero con propias y peculiares características, debido a lo que hemos estado explicando líneas arriba, entonces es necesario explicar cuáles son estas características y cómo se ha desarrollado hasta el momento.

Carlos Infante considera que hay una opinión pública “no muy cuajada ni sólida, por el contrario, suele ser frágil”, ello lo fundamenta a razón de los procesos políticos que ha vivido Ayacucho, identificando una volatilidad de la opinión pública, principalmente en procesos electorales.

El problema será la solidez y potencia de este fenómeno. Este es el caso del Perú y, específicamente, de Ayacucho, que posee una opinión pública frágil, voluble y volátil. El más claro escenario en que se expresa este hecho son los procesos electorales, la población termina votando por las personas que en algún momento cuestionó severamente.

Coincide con esta forma de caracterización de la opinión pública, el periodista Necías Taquiri, señala que “la opinión pública en nuestra localidad es volátil. En el campo electoral podemos demostrarlo, por ejemplo hay candidatos que llegaron al poder y tras ejercicios de dos o tres años se han desenmascarado, hicieron todo negativo y se fueron, al cabo de dos o tres años vas a ver a las mismas personas ejerciendo los mismos cargos, funciones, parece que la gente olvida rápido”

Vista la volatilidad de la opinión pública, en este mismo escenario (electoral), Nelly Machaca, señala que son los medios de comunicación son los encargados de direccionar la información que finalmente, la población determina si sigue esa línea o no.

Quizá lo más visible que se ha visto de la volatilidad de la opinión pública, es en los procesos electorales, los medios de comunicación tienen una orientación, sin embargo no toda la población sigue esa orientación que quieren darles, más bien el electorado tiene una idea formada y por más que haya medios que quieran imponer una determinada candidatura, orientar el voto, hay una aparente formación en los ciudadanos, eso en los procesos electorales.

El sustento de este proceso donde los medios se tornan ineficaces, lo plantea Jürgen Habermas (1982:243), quien hace referencia a que los medios de comunicación como tal no son lo suficientemente eficaces, generando incluso una dispersión de la población pese a los mensajes emitidos, es claro en señalar que la

“desintegración del electorado como público se aprecia claramente en el hecho de que la prensa y la radio “manejadas al modo tradicional” resultan ineficaces; en el marco de la publicidad fabricada, los medios de comunicación de masas sólo sirven como soportes de reclamo publicitario”

Profundizando en la volatilidad de la opinión pública, Nelson Pereira, catedrático de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, hace un análisis social y explica que la volatilidad está íntimamente relacionado a las representaciones que el ser humano ha construido a lo largo de su vida.

La opinión pública es volátil porque te enfrentas a la información de los medios de comunicación con tus representaciones con tus conceptos e ideas que provienen de la sociedad, un ejemplo, las elecciones de 1990 que enfrentaba a Vargas Llosa y Fujimori, el favorito era Vargas Llosa, pero de la noche a la mañana surge un candidato que representa a los peruanos más humildes y no solo obtiene una gran popularidad sino que termina ganándole, Fujimori ganó, porque la gente se identificaba con eso, en Ocorima también hay algo de eso.

Pereira, hace hincapié a las representaciones como base para la volatilidad de la opinión pública, y con ello se refiere “no solo a conceptos sino a imágenes, ideas y sistemas valorativos en torno a fenómenos, hechos que son manejados y transmitidos por los medios de comunicación”. Y aunque no habría presencia de medios de comunicación o el “bombardeo de información” como bien lo señala, acota que son los valores, creencias, emociones, englobado en una sola palabra: cultura, la base para que el resto se torne volátil.

Pero, la volatilidad de la opinión pública también se presenta en otros escenarios, de índole social, religioso, académico, dependiendo de la coyuntura que se vive en el momento, como bien lo explica Luis Ledesma,

La opinión pública es súper volátil, ahora mucho más porque antes podíamos hablar por ejemplo de cierta lealtad respecto a temas, pero era consecuente, ahora no, hay una diversificación enorme y no solo el tema político, sino en temas sociales hasta religiosos, hay un dinamismo de cambio tan rápido que asusta, porque hoy el que está a favor del aborto mañana está en contra, el que hoy está a favor del presidente regional, ni siquiera mañana, en horas ya está en contra, todo va cambiando de manera muy rápida.

La opinión pública surge cada vez más de temas diversos, y ello lo encontramos en las redes sociales, por ejemplo, no hay una sólida formación, son pocos los que en las redes sociales emiten opinión desde una perspectiva política desde una condición ciudadana, “un like por cualquier tontera no es opinión pública”, afirma Jeffrey Gamarra.

4.2. Factores internos y externos

En este punto del siguiente trabajo, vamos a analizar cuáles son los factores internos y externos que determinan la volatilidad de la opinión pública, en base a las entrevistas realizadas a principales periodistas, líderes de opinión y catedráticos universitarios, con quienes se vislumbró a profundidad estos aspectos.

Es necesario señalar, que estos factores se relacionan en la medida que cada uno de ellos toma igual importancia para que se presente la volatilidad de la opinión pública, Rivadeneira (1995:07) bien lo señala, “la opinión pública no es algo estático, sino algo sujeto a la transformación a la alteración en el transcurso de la

historia. Ésa es la primera inducción; la segunda: la opinión pública cambia y se modifica con otros factores, está influida por diferentes elementos y las relaciones que existen entre ellos”

Identificamos a los factores internos como aquellos que son propios de la persona, Enrique Moya, los analiza como un conjunto en el cual confluye la formación, desarrollo de personalidad, valores, principios que se instituyen en cada uno en el transcurso de los años.

Si tu vienes de un proceso de formación personal sólido, en tu familia, con tus amigos, en la universidad, vas a tener elementos para procesar y vas a tener una opinión o a favor o en contra, pero si en el proceso de tu formación humana no hubo ese proceso de formación de personalidad, no habido practica de valores, el reconocimiento de principios, entonces no tienes elementos culturales formativos y te puedes cambiar al otro lado simplemente porque te cae bacán la periodista de un medio de comunicación.

Desde un punto más antropológico Nelson Pereira asume que esta interacción entre factores personales y situacionales, son representaciones que elaboran las poblaciones que tienen acceso a los medios de comunicación masiva en relación a determinados temas, aludiendo no solo a conceptos sino a imágenes, ideas y sistemas valorativos en torno a diversos fenómenos.

El grado de instrucción, personalidad a todo eso se llama el proceso de socialización, el niño desde que nace es educado primero en el seno de la familia, luego la escuela y medios de comunicación, en ese proceso que dura desde la infancia hasta la muerte se transmite los valores, creencias, valores ideologías, comportamientos de la sociedad y eso es lo que influye en el individuo al momento de elaborar sus representaciones sobre lo que ve lo que le dicen y lo que le muestran.

Es este sentido, está claro que las características personales de un individuo, tales como personalidad, la capacidad intelectual e incluso la necesidad de pensar sobre temas al igual que diversas situaciones externas, que señalaremos más adelante se van a tornar importante en este proceso de la volatilidad de la opinión pública. Algunos casos puntuales, confirma Luis Ledesma, al momento de referirse a factores internos, en el marco de los intereses individuales.

Es importante el grado de instrucción, ocupación, hechos y le sumo Intereses individuales e intereses de grupo, si hablamos a nivel sociológico, yo opino según la ocasión, yo opino según el momento, y nadie se salva de esto, he conocido de alguien que es dueño de un canal de televisión de Ayacucho, quien fue secretario del sindicato de trabajadores de EPSASA, luego se hizo empresario y cambio de opinión, ahora opina a favor de los gerentes, por ejemplo, todo esto hace que la gente cambie de opinión nos guste o no.

Eliana Perez Vargas, psicóloga de profesión nos explica que todos los componentes de los factores internos se basan en la percepción que cada individuo se va construyendo a lo largo de los años respecto a la realidad en la que vive, donde van percibiendo sensaciones, situaciones, pensamiento, experiencia, valores y principios.

La percepción tiene base cognitiva, base emocional, experiencias, emociones, entre otras cosas, que para cada persona es diferente y a la razón de cómo percibe las cosas es como va a comportarse, si para mí el éxito es rating, auspicios pues simplemente haré sensacionalismo, apoyaré determinada opinión sin importar lo otro, porque lo que me importa es cumplir mis otras necesidades, para otra persona de pronto no, el trabajar en un medio de comunicación tiene principios, valores y se va a regir en base a eso.

Efectivamente, para los que somos miembros de un grupo social, el sentido común, la percepción de ver el mundo de una manera u otra se constituye en nuestra realidad, la vivencia particular sobre el mundo que, expresada, da lugar a la opinión pública. Influyendo en mayor o menor cantidad al momento de emitir una opinión, independientemente de que ésta sea cambiante o no. Entonces, vamos analizando que los factores internos sí tienen la capacidad de determinar ciertas situaciones respecto a la opinión pública, el hecho de que sea volátil, dependerá también de los factores externos que se presenten. Martín Socas (2000:370), señala que para Jean Piaget, el desarrollo intelectual de cada persona se enmarca en un proceso de adaptación “que es continuación del biológico y que presenta dos aspectos: adaptación y acomodación. En el intercambio con el medio, el sujeto va construyendo tanto sus conocimientos como sus estructuras cognitivas y estas no son producto exclusivo de los factores internos o ambientales, sino de la propia actividad del sujeto”

Pero en el marco y generalidad de la percepción, cuán importante es el grado de conciencia que cada individuo ha desarrollado respecto, no solo a temas políticos, sino también a aquellos referidos a la cultura, economía, entre otros. Necías Taquiri explica una relación entre ideología, conciencia y valores, que de no estar bien constituida en una persona, ésta es más voluble a cambiar de opinión.

La pérdida de valores, la desideologización, la gente que no se ubica históricamente que no conoce su rol no asume su responsabilidad es fácilmente convencible para cualquier cosas, porque hoy día estás de acuerdo con una cosa y mañana ya no porque la moda, la imitación, las cosas que pasan en el mundo te hacen actuar de una u otra forma. Los peruanos como los latinoamericanos lamentablemente estamos desideologizados se nos ha metido en la cabeza que la ideología no sirve y en cambio hay que recurrir a las

ventajas del practicismo o el pragmatismo, entonces puede uno ser un analfabeto, un doctor, pero si estas desideologizado eres un robot y se le maneja como mejor le convenga, no es problema del nivel educativo sino nivel de conciencia y sin conciencia podemos ser manejados como un barco de papel.

Es necesario entender la volatilidad de la opinión pública en base a un conjunto de fuerzas sociales y personales que influyen sobre los individuos, en su forma de pensar y opinar en temas principalmente políticos. Los factores externos tienen también un papel preponderante en la volatilidad de la opinión pública, factores externos que son reflejo de las condiciones sociales a las cuales todos los sujetos nos encontramos sometidos. Desde el influjo que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la sociedad actual, lo cual es innegable, líderes de opinión y aspectos referidos a la economía, historia y cultura, que analizaremos en esta parte de la investigación.

Los medios de comunicación son un factor importante no solo en la formación de la opinión pública, sino en el mismo proceso de volatilidad, Carlos Infante opina al respecto que los medios de comunicación es un factor importante, pero no es único.

Los medios de comunicación, según la teoría contemporánea, constituyen parte de este proceso de formación y desarrollo de la opinión pública... creo que el estado cambiante de la opinión pública local (respecto a cualquier tema de carácter social y político), reclama en gran parte su volubilidad a los medios de comunicación masiva, pero también y principalmente a otros factores estructurales.

Nelly Machaca coincide con Infante en que los medios de comunicación son generadores de opinión pública, la volatilidad específicamente lo relaciona con aspectos ya propios de cada persona.

La opinión pública se forma a través de que la población percibe un conjunto de ideas de pareceres, principalmente en los medios de comunicación, juegan un papel importante para la formación de la opinión pública, el hecho de que sea cambiante esta opinión pública tengo entendido que debe tener su raíz en la falta de convicción probablemente en las personas, en la visión del mundo en lo que hace y dice y pueden ser fácilmente influenciados por los medios.

Específicamente de los medios de comunicación de nuestro ámbito local, cuál es el nivel de poder que ejercen en los ciudadanos. Enrique Moya, que a diferencia de los medios nacionales, éstos tiene ínfima importancia en la generación de la opinión pública, debido a que las personas se enfocan en la distracción, escándalo, farándula y aquello que llame su atención.

Creo que el medio de comunicación en Ayacucho tiene relativa y poca importancia, yo sé que en el programa de los lunes donde yo comento, los ayacuchanos están viendo al fondo hay sitio, no se de algún estudio que se haya hecho que ustedes llaman audiencia pero me imagino que a partir de las 6 o 7 de la noche, ustedes se cuelgan a las telenovelas y noticieros nacionales, no creo que ni Magno Sosa, medio escándalate, tome audiencia seria y tenga un 10% de audiencia de los 300 mil ayacuchanos, en periódicos es bien baja el único que pasa los 2500 es correo, entonces creo que en Ayacucho los medios de comunicación no contribuyen a la creación de una opinión, por ejemplo no encuentro cuál de ellos ha asumido la campaña por los jóvenes de Ayacucho, ninguno, son solo escándalos.

Por otro lado, se encuentran los líderes de opinión, cuánto influyen en la generación y cambio de opinión pública, Luis Ledesma se realiza un autoevaluación y concluye que cada vez es menor.

Hay influencia de líderes de opinión en menos niveles de los que a veces se entendía como antes, porque los líderes de opinión decepcionan a la opinión pública, yo he hecho periodismo muchos años y ahora soy funcionario público y he decepcionado a muchos seguidores, he perdido credibilidad porque ahora ocupo un cargo público.

Para Necías Taquiri, se ha creado una percepción de que los líderes se manejan en base a intereses personales, que más allá de crear una conciencia de la población, buscan resaltar en diversos escenarios con el fin del logro de sus intereses.

Son líderes de opinión aquellos que están acostumbrados a salir mañana y noche, a quienes ahora se les ha calificado de “opinólogos”, opinan de todo y son creados por grandes medios, preparados y pagados para eso, si son manejados por grupos como el comercio tienen la función de hacer que lo que dicen es cierto.

Por otro lado, un aspecto que no se debe dejar de lado es el económico. En Ayacucho, las características de la economía departamental, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, ha ido en ascenso. La producción del departamento creció en 12,6%, sustentada por el incremento de las actividades: construcción (31,1%); agricultura, caza y silvicultura (26,0%), explicado por el aumento de la producción de papa y el ganado vacuno y restaurantes y hoteles (9,5%), principalmente.

Más allá de estas cifras, se piensa que la generación de la economía está basada en organizaciones relacionadas con el narcotráfico, esta aproximación la realiza Enrique Moya.

La sociedad ayacuchana no ha participado orgánicamente en su proceso de desarrollo social y económico, no hay una propuesta ayacuchana institucional, Ayacucho ha crecido, hay mucha plata... pero esta abundancia de plata es droga que viene del VRAEM... este desarrollo económico de Ayacucho es droga, entonces si tienes una sociedad así esa sociedad es muy volátil en su opinión y su opinión se va a basar en cualquiera de sus actores políticos que le va a favorecer seguir en esa situación.

Si bien este factor es importante en el desarrollo de una sociedad, los actores relacionados con el narcotráfico, no determinan la volatilidad de la opinión pública, porque se segmenta en grupos específicos en determinados espacios, como bien señala el entrevistado, estos grupos más allá de influir o determinar en el cambio de la opinión pública buscan enlazarse en aquello que le sea útil en el logro de sus objetivos personales y esté al ritmo de sus intereses.

De igual manera, el crecimiento de la economía en diversos segmentos, está relacionada a la satisfacción de necesidades, poniendo en segundo plano el quehacer político y social.

CONCLUSIONES

1.- La hipótesis de la investigación se confirma debido a que intervienen diversos factores, tanto internos (propios de la persona) y externos (medios de comunicación, líderes de opinión, económicos), para que se presente la volatilidad de la opinión pública en Ayacucho.

2.- La principal característica de la opinión pública ayacuchana es la volatilidad. La opinión pública es identificada como débil e incipiente a raíz del bajo nivel de participación ciudadana en temas de interés. Esta poca participación entendida como secuela de la vida histórica y cultural que nos tocó vivir (dictadura fujimorista y violencia política de la década de 1980).

185787

3.- El factor preponderante para la volatilidad de la opinión pública ayacuchana es el bajo nivel de conciencia de la sociedad, el nivel de desarrollo de la conciencia política y moral determina si la persona cambia de posición a la hora de emitir un juicio; sin dejar de lado a los medios de comunicación, ya que éstos influyen pero no determinan, principalmente a poblaciones que no han desarrollado una conciencia sólida, entonces la opinión pública se torna más volátil.

4.- Se ha determinado que la percepción respecto al rol de los líderes de opinión es cada vez menos seria y responsable, al igual que los medios de comunicación, cuya orientación de la información busca atenuarse.

5.- El factor económico es identificado como poco relevante, por lo tanto no es determinante para la volatilidad de la opinión pública.

BIBLIOGRAFIA

Adroque, G. (1998). "Estudiar la Opinión Pública. Teoría y datos sobre la opinión pública Argentina". Desarrollo Económico, Nro. 149, Vol. 83.

Cossío, C. (1958). *La opinión pública*, Editorial Losada S.A., Buenos Aires.

Coral, I. (2006). "Desplazamiento, inserción y retorno en Ayacucho (1993-1997)". Obtenido de <http://alhim.revues.org/661>

Crespi, I. (1997). *El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente*. Editorial Ariel, Barcelona.

Dahl, R. (1989) *La poliarquía: Participación y oposición*. Editorial Tecnos.

Degregori, C. (1991). "Ayacucho 1980-1983. Jóvenes y campesinos ante la violencia política". Artículo publicado en la revista Nueva Sociedad N° 114.

Emilio Recabarren, L. (2010). "Comunicación Persuasiva: La Opinión Pública". Obtenido de http://www.luisemiliorecabarren.cl/files/recursos/La_Opinion_Publica.pdf

Garbinato F. (2001). "¿Afectan ciertas características de las personas a la opinión pública de forma diferente?". Monografía obtenida de <http://www.monografias.com/trabajos918/caracteristicas-personas-pinion/caracteristicas-personas-opinion.shtml>

García Méndez M. (2004). "Credibilidad y opinión pública entre estudiantes de Ciencias de la Comunicación y Derecho: Caso la Iglesia Católica". Tesis presentada como requisito parcial para obtener el título en Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de las Américas Puebla.

Habermas, J (1988). *Teoría de la acción comunicativa*. Tomo I. Madrid: Editorial Tauros.

Hernández Aristu. (2010). “Participación ciudadana y mediación social. Una reflexión desde la práctica del asesoramiento social”. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/MediacioneS7/Indice/HernandezAristuJ2010/hernandezaristuj2010.html>

Infante C. (2012). “Dinámicas de organización y formación de la opinión pública en Ayacucho”. Estudio de Investigación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.

López, G. (2000). “Comunicación electoral y formación de la Opinión Pública”. Tesis para optar el título de doctor. Universidad de Valencia.

Marteache, Martínez y Pérez (2010). “Comparación entre opinión pública y opinión pública meditada en relación a la delincuencia sexual”. Revista Española REIC.

Mejía, G. (2007). “La formación de la Opinión Pública como instrumento de democratización”. Artículo obtenido de <http://mejiaguillermo.blogspot.com/2007/09/la-formacin-de-opinin-pblica-como.html>

Morales y Gómez & Rodríguez E., (2012). Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.

Reynaga G. (1996). “Cambios en las relaciones familiares campesinas a partir de la violencia política y el nuevo rol de la mujer”. Documento de Trabajo N^o 75

Rivadeneira, R. (1979). *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*. Editorial Trillas, México.

Sánchez Torres, C. (1998). *Opinión Pública y Encuesta*. Memoria del III Congreso Internacional de Derecho Electoral.

Sartori, G. (1992) *Elementos de teoría política*, Alianza editorial, Madrid.

Sulmont D. (2007). "Conocimiento Político, Opinión Pública y Democracia en la Sociedad Peruana". Pontificia Universidad Católica del Perú.

ANEXO 01

GUIA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD N° 01

INVESTIGACIÓN: “FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE DETERMINAN LA VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN AYACUCHO”

ENTREVISTADOR:	CAROL REVATTA CORDERO
ENTREVISTADO:	LÍDERES DE OPINIÓN
OCUPACIÓN:	
FECHA:	
LUGAR:	

I.- VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA

- 1.- ¿Qué entiende por opinión pública? Diferenciar entre lo público y lo privado.
- 2.- Giovanni Sartori señala que la opinión pública sólo se puede presentar en escenarios estrictamente democráticos, con efectivos sistemas sociales y políticos. En base a ello ¿Existe opinión pública en nuestra localidad?
- 3.- ¿Cómo se presenta y cuáles cree que son las principales características de la Opinión Pública?
- 4.- ¿Cree que la opinión pública cambia a partir de los medios de comunicación?
- 5.- ¿Los líderes de opinión influyen en la opinión pública?
- 6.- ¿Cree que la opinión pública en Ayacucho, es consecuente o cambiante?
- 7.- Hay estudios que afirman que la opinión pública es volátil (cambiante) ¿Cree que este fenómeno se presenta en Ayacucho?

II.- FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

La opinión pública está a sujeto a factores internos y externos. Cuando hablamos de los internos nos referimos básicamente a la persona, grado de instrucción, la personalidad, forma de pensar y actuar.

- 8.- ¿Qué función cumplirán estos factores (internos) para el cambio de la opinión pública?
- 9.- ¿Cree que una persona una personalidad no definida, es más propensa a cambiar de opinión?
- 10.- ¿El conocimiento que tenga una persona coadyuva para que una opinión sea congruente o inestable?

Respecto a los factores externos, nos referimos a los medios de comunicación, líderes de opinión y elementos culturales.

11.- ¿De qué manera cree que estos factores (externos) intervienen en el cambio de la opinión pública?

12.- ¿Qué elementos culturales identifica en la generación y cambio de la opinión pública?

13.- De todos los factores mencionados, ¿cuál cree que es el preponderante para que se presente la volatilidad de la opinión pública?

14.- Finalmente, ¿cómo cataloga la opinión pública ayacuchana?

GRACIAS

ANEXO 02

GUIA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD N° 02

INVESTIGACIÓN: “FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE DETERMINAN LA VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN AYACUCHO”

ENTREVISTADOR:	CAROL REVATTA CORDERO
ENTREVISTADO:	PSICÓLOGOS
OCUPACIÓN:	
FECHA:	
LUGAR:	

I.- FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

La opinión pública debemos entender como la manera de pensar que es común a la mayoría de las personas acerca de un asunto público. Hay estudios que afirman que la Opinión Pública en nuestra localidad es volátil (cambiante) debido a la influencia de un conjunto de factores internos y externos. Cuando hablamos de los internos nos referimos básicamente a la persona, grado de instrucción, la personalidad, edad y sexo.

1.- Los aspectos motivacionales y emocionales, que caracterizan el comportamiento del ser humano, ¿influyen en la generación de la opinión?

2.- ¿Qué función cumplirán los aspectos cognitivos en la generación de una opinión?

3.- ¿Qué aspecto influye para que una persona sea inestable en sus opiniones?

Respecto a los factores externos, nos referimos a los medios de comunicación, líderes de opinión y elementos culturales.

4.- ¿Cree que estos factores (externos) intervienen en la opinión de una persona?

5.- Desde su punto de vista, de todos los factores mencionados, cuál cree que es el preponderante para que se presente la volatilidad de la Opinión Pública.

GRACIAS

ANEXO 03

GUIA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD N°03

INVESTIGACIÓN: “FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE DETERMINAN LA VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN AYACUCHO”

ENTREVISTADOR:	CAROL REVATTA CORDERO
ENTREVISTADO:	PERIODISTAS
OCUPACIÓN:	
FECHA:	
LUGAR:	

I.- VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA

- 1.- ¿Cuántos años ejerce el periodismo?
- 2.- ¿Cómo percibe el grado de participación de la población en temas de interés?
- 3.- En base a nuestro sistema político y social ¿Existe opinión pública en nuestra localidad?
- 4.- ¿Qué entiende por opinión pública? Diferenciar entre lo público y lo privado.
- 5.- ¿Cómo se presenta la opinión pública en Ayacucho y cuáles cree que son sus principales características?
- 6.- ¿Qué papel cumplen los medios de comunicación para la generación de opinión pública en Ayacucho?
- 7.- ¿Cree que los líderes de opinión influyen en la opinión pública?
- 8.- ¿Cree que la opinión pública en Ayacucho, es consecuente o cambiante?
- 9.- Hay estudios que afirman que la opinión pública es volátil (cambiante) ¿Cree que este fenómeno se presenta en Ayacucho?
- 10.- ¿Cree que ha influido la información vertida por usted y/o su medio de comunicación en el cambio de la opinión pública?

II.- FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

La opinión pública está a sujeto a factores internos y externos. Cuando hablamos de los internos nos referimos básicamente a la persona, grado de instrucción, la personalidad, forma de pensar y actuar.

11.- ¿De qué manera estos factores (internos) intervienen en el cambio de la opinión pública?

12.- ¿Cree que una persona con bajo nivel de instrucción o con una personalidad no definida, es más propensa a cambiar de opinión?

13.- ¿El conocimiento que tenga una persona coadyuva para que una opinión sea congruente o inestable?

Respecto a los factores externos, nos referimos a los medios de comunicación, líderes de opinión y elementos culturales.

14.- ¿De qué manera cree que estos factores (externos) intervienen en el cambio de la Opinión Pública?

15.- ¿Qué elementos culturales identifica en la generación y cambio de la opinión pública?

16.- De todos los factores mencionados, cuál cree que es el preponderante para que se presente la volatilidad de la opinión pública.

17.- Finalmente, ¿cómo cataloga la opinión pública ayacuchana?

GRACIAS

ANEXO 04

GUIA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD N° 04

INVESTIGACIÓN: “FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE DETERMINAN LA VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN AYACUCHO”

ENTREVISTADOR:	CAROL REVATTA CORDERO
ENTREVISTADO:	Autor de trabajo de investigación
OCUPACIÓN:	
FECHA:	
LUGAR:	

I.- VOLATILIDAD DE LA OPINIÓN PÚBLICA

- 1.- ¿Qué entiende por opinión pública? Diferenciar entre lo público y lo privado.
- 2.- Para Habermas, la opinión pública tiene una estrecha relación con la dinámica del poder y los procesos políticos. ¿Cree que este proceso se da en nuestra sociedad y de qué manera?
- 3.- ¿Cuáles serían las principales características de la opinión pública en Ayacucho?
- 4.- ¿Qué papel cumplen los medios de comunicación para la generación de opinión pública en Ayacucho? ¿Cree que la opinión pública cambia a partir de estos?
- 5.- Usted realiza un estudio sobre el tema y concluye que la opinión pública es volátil, ¿Cuál sería el fundamento para llegar a esta conclusión?

II.- FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

- 8.- Raúl Rivadeneira Prada, señala que la opinión pública es siempre descriptible y comprensible como función de un conjunto de factores interrelacionados. A su parecer ¿Cuáles serían estos factores?
- 9.- ¿El conocimiento que tenga una persona coadyuva para que una opinión sea congruente o inestable?
- 10.- ¿Cree que una persona con una personalidad no definida, es más propensa a cambiar de opinión?
- 11.- ¿Cree que los medios de comunicación, determinan la volatilidad de la opinión pública?
- 12.- ¿Qué elementos culturales identifica en la generación y cambio de la opinión pública?

13.- Cuál cree usted que es el factor preponderante para que se presente la volatilidad de la opinión pública.

14.- Finalmente, ¿cómo cataloga la opinión pública ayacuchana?

