

Rojo, T. (2018). *La Opinión Pública*. Síntesis.

José Manuel Gómez Méndez¹

Hablar, decir, expresar sobre la opinión pública siempre ha sido un ámbito de total atención desde la Comunicación o desde la Sociología. Formar en torno a la misma, con un continuo esfuerzo de completos programas bien para Licenciaturas o actuales Grados de las dos disciplinas señaladas. Investigar en torno a ella, ha producido ediciones de distintos manuales, desde aquella primera obra Walter Lippmann, en 1922, titulada “Public Opinion”, e inserción de numerosos artículos en revistas científicas. Y no digamos los continuos artículos periodísticos que se han ido publicando en Medios de Comunicación Social desde mediados del siglo XX.

Ahora, contamos con un libro denominado “La Opinión Pública” con autoría de la profesora Teresa Rojo que lleva años impartiendo dicha materia en clases universitarias para periodistas. Una publicación editorial de “Síntesis” donde se indica, ya en la “Introducción”, que tiene como objetivos: “Aportar una guía organizada y académicamente documentada para descifrar las opiniones del conjunto de una sociedad sobre asuntos de interés público en un momento dado; analizar la evolución histórica de esas opiniones; y, por último, hacer previsiones sobre el sentido que adoptará la opinión futura o diseñar campañas y estrategias mediáticas para influir en esa opinión”.

Una obra con una lograda vertebración en su contenido que la convierte en un completo libro sobre tan apetecible materia, dejando patente que es y será un completo manual formativo para profesionales en relación con los colectivos sociales desde su análisis o desde su información. Un capítulo inicial ya deja constancia conceptual con reflejo de autores que la estudiaron y definiciones que aportaron, dejando patente que existe “un enfoque más periodístico y otro más sociológico de la opinión pública”. Marca diferenciaciones entre sectores privados, público, ciudadano, técnico, con divisiones según corrientes y su neutralidad.

Leemos: “La opinión pública es protagonista del cambio histórico de las sociedades y de las civilizaciones en la medida en que, al debatirse los asuntos públicos, se llega a alcanzar consensos sobre el bien común que reorientan el proyecto social”. Un capítulo segundo va dedicado a las vertebraciones estructurales a lo largo del transcurrir de la Historia,

con atenciones a etapas desde la llamada Sociedad Preindustrial y Esclavista, anterior a 1750, a la Sociedad Ecológica y del Conocimiento en las primeras décadas del XXI, dejando constancia de recursos característicos de cada una de ellas, siéndose determinante cuando señala como elementos “de los cambios globales” del hoy al informe “Global Riks Report” de 2017-18: “La disminución del ingreso creciente y la riqueza; el cambio climático; la polarización creciente de las sociedades; el aumento de la ciberdependencia y la población envejecida”.

Puede disfrutarse en el capítulo sobre “Análisis de Información sobre Opinión Pública” con tres partes. Una inicial donde se revisa el procedimiento para “sintetizar la información relevante para opinión pública sobre el desenvolvimiento, los contenidos y resultados de las reuniones de colectivos organizados que se reúnen para debatir y llegar a acuerdos sobre sus temas de interés”, arribando la autora al apartado sobre el análisis de contenidos aplicables tanto a información escrita como a visivas, pasando por la exposición intermedia de una parte capitular dedicada a las encuestas y sus contenidos que “permiten cifrar y compartir la opinión de los ciudadanos de distintas edades, niveles educativos, de renta, hábitat de residencia”.

Gustoso es el capítulo cuarto con el planteamiento desmenuzador en torno a “la opinión según las características demográficas”, dependientes de la edad y sexo con sus ritmos biológicos y roles diversos, pautándose clases sociales con criterios económicos y laborales. Todo lo referente al condicionante de opinión según “el hábitat de residencia” viene analizado en el capítulo quinto, donde el territorio, rural o urbano, determina a la persona y la estratifica, dejando pormenorizado que existe mentalidad aislada (trama cerrada), diferente (trama abierta) y pecuniaria (trama suelta o desintegrada).

Para quienes nos movemos en el campo de la Información, es de calado el adentrarnos en el capítulo sexto al estar dedicado a “la influencia de los Medios de Comunicación en la Opinión Pública” en el que ofrece funciones de los mismos según contribuyan al “cambio social por la vía del consenso, del conflicto, la promoción de élites, la ratificación de normas o la interacción del debate social”.

¹ Universidad de Sevilla (España)
E-mail: expertoper@us.es

El libro se cierra con un séptimo capítulo dedicado a “líderes de opinión y campañas de sensibilización”, con pormenores de perfiles, contenidos, comportamientos ya que se patentizan “pautas interesantes para explicar por qué en un periodo determinado consigue progresar y atraer más seguidores una u otra corriente de opinión”.

Plausible es que cada final de capítulo ofrece una autoevaluación sobre cada uno de ellos donde el lector puede efectuar un ejercicio voluntario sobre cuanto leyó dándose respuesta a varias preguntas y con tarea reflexiva sobre cuanto sus neuronas fueron recogiendo en las páginas precedentes del bloque capitular. Una originalidad de plenitud didáctica para una asimilación lectora.

Permítasenos un par de observaciones en torno a la jugosa obra para que todo no sea incensar. Se apre-

cia que la formación de la autora está condicionada por el Conocimiento occidental, pues no hemos visto ninguna reflexión sobre la vertebración creencial pues ésta puede ser una dimensión universal de cualquier opinión por encima de acciones geopolíticas, demográficas y residenciales; vivámoslo o no, las confesiones religiosas/ideas culturales marcan el día a día terráqueo. Y la segunda es que leemos nombres propios en minúscula cuando la Gramática de la Lengua Española tiene las concreciones sobre propio y común, y así tenemos “medios” cuando debe ser “Medios”, comunicación por “Comunicación”, “opinión” por “Opinión” y pública por “Pública”; la identidad posee propiedad identificativa y en el lenguaje escrito ha de ponerse con letra mayúscula para percepción del lector.