



Biblioteca Virtual

PSICOLOGÍA POLÍTICA: EL PAPEL DE LA TELEVISIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

YENY SERRANO
ABA COLOMBIA

Este trabajo tiene como objetivo presentar un análisis teórico desde el Análisis del Comportamiento al estudio del papel de la televisión en la formación de la opinión pública, partiendo del análisis de ésta como una práctica superestructural, (según la antropología cultural y conductual),

que tiene como función mantener las prácticas infraestructurales actuales (relaciones de producción del sistema económico actual); teniendo en cuenta que la televisión sirve como medio para impartir instrucciones y como modelo de contingencias.

El siglo XX se reconoce como el siglo en el que la evolución tecnológica y científica se desarrollaron vertiginosamente. Ya desde finales del siglo XIX, con descubrimientos como el del telégrafo, la radio y el teléfono, se dieron los primeros pasos para que en los años posteriores a la primera guerra mundial, se inventara la televisión, efectuándose las primeras emisiones públicas en 1927 (Inglaterra) y 1930 (Estados Unidos). Sin embargo, no es sino durante la segunda guerra mundial que la televisión se generaliza, siendo un instrumento de poder como medio de control social a través del cual se da a conocer la realidad que se quiere mostrar. (Pontón, J.I., 2000).

Gracias a su función al servicio del grupo que la dirige, la televisión cobra un valor social importante en el moldeamiento de prácticas culturales, entendidas como las conductas realizadas por varias personas de una misma generación y de varias generaciones, relacionadas funcionalmente. (Morrow, 1992). Las practicas culturales se pueden analizar bajo 3 componentes culturales, según la antropología conductual (Serrano, 1999).

El componente infraestructural, en el que se incluyen las prácticas de producción y reproducción, es decir, las propias del sistema económico. En el sistema actual, se refiere a las relaciones entre la mano de obra y el capital.

Luego se habla del componente estructural, al que pertenecen todas aquellas prácticas políticas (es decir, las propias del funcionamiento político del país) y domésticas (conformación y relaciones familiares típicas del grupo cultural), que tienen como función mantener las prácticas infraestructurales con el fin de garantizar su permanencia.

Por último, está el componente superestructural que incluye las practicas culturales que se conocen como ciencia, arte, literatura, religión, deportes, rituales y juegos, entre otras; cuya función es la misma de las prácticas estructurales: mantener las prácticas infraestructurales. (Lloyd, 1985), (Malott, 1988).

De acuerdo con este análisis, la opinión pública pertenece al componente superestructural, como todos aquellos reportes que expresan acuerdo o desacuerdo con el sistema político-económico actual y la expresión directa de este reporte se manifiesta con la conducta de voto o adhesión a un grupo político. Es decir, la opinión pública es una práctica cultural cuya función es, junto con otras prácticas, mantener el sistema económico.

Ahora bien, lo importante es conocer cómo se forma esa opinión pública. La respuesta para esta pregunta merece una investigación de campo amplia que incluya todos aquellos factores antecedentes implicados. Sin embargo, en este

trabajo, se presenta una breve aproximación teórica a dicha pregunta.

La opinión pública se puede definir como un conjunto de instrucciones que describen contingencias de contenido político con función económica.

Una instrucción se define como la descripción de una contingencia que posee factores contextuales y temporales específicos. (Sandoval y Quiñones, 1997), que funcionan como estímulos discriminativos, según los cuales se utiliza el repertorio verbal de las personas para establecer patrones de conducta.

Para el modelo del Análisis del Comportamiento, las actitudes son conducta verbal (instrucciones). Son el reporte de eventos privados que se basan en las observaciones que la persona hace de su conducta previa. (Guerin, 1994). Desde este modelo, las actitudes (que incluyen la opinión pública), cumplen dos funciones: actitudes como tactos y actitudes como intraverbales. Como tactos, las actitudes son la descripción de eventos (de contingencias observadas); y las actitudes como intraverbales, se refieren a aquellos reportes no de contingencias observadas, sino reportes como respuesta a otros reportes verbales que funcionan como estímulo discriminativo, bajo el cual cierto contenido del reporte tiene cierta consecuencia principalmente social. (Guerin, 1994).

Dadas estas definiciones, la opinión pública, es un conjunto de actitudes, es decir, de reportes verbales de eventos (contingencias observadas) o como respuesta a otros reportes verbales cuya función social es en primer lugar, lograr la pertenencia y aceptación del grupo social y en segundo lugar, el mantenimiento de comunidades verbales (de grupos culturales).

Cómo influye la televisión en la formación de la opinión pública?

En primer lugar, el valor de la televisión como medio persuasivo, está dado, según López Illán (2000), por las siguientes características:

1. La televisión cuenta con una dinámica visual, la cual proporciona a los televidentes estimulación sensorial simultánea de varios canales de percepción.
2. Proporciona y modela contingencias: provee instrucciones que describen contingencias y a través de la imagen las modela.
3. Facilita el proceso asociativo palabra-imagen que libera a la persona de realizar abstracciones y conclusiones propias (que pueden ser castigadas socialmente). (López, I. 2000).
4. La conducta de observar televisión es conductualmente económica, ya que no exige mayor esfuerzo intelectual.

Contando con estas características, los grupos que poseen el control de la televisión, la emplean con el fin de moldear la opinión pública impartiendo instrucciones y modelando patrones de comportamiento que serán los reforzados socialmente, con el fin de mantener el sistema económico. A través de las instrucciones que imparten los grupos de poder por medio de la televisión y de los patrones comportamentales que modelan, las personas pertenecientes a esa comunidad verbal, aprenden un conjunto de prácticas verbales como las actitudes y no verbales que conforman la opinión pública

que se aprenden a reforzar socialmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Guerin , B. (1994). Attitudes and Beliefs as Verbal Behavior. *The Behavior Analyst*. 17, 155-163.
- Lloyd, K.E. (1985). Behavioral Anthropology: A Review of Marvin Harris' Cultural Materialism. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*. 43, 279-287.
- López, F.I. (2000). *La Influencia de los Medios de Comunicación*. [Http://habitantes.elsitio.com](http://habitantes.elsitio.com).
- Malott, R.W. (1988). Rule-Governed Behavior and Behavioral Anthropology. *Journal of Applied Behavior Analysis*. 11, 181-203.
- Morrow, J.E. (1992). Metacontingencies and Cultural Practices: A Review of Behavioral, Analysis of Societies and Cultural Practices. *Journal of Applied Behavior Analysis*. 15, 171-174.
- Pontón, J.I. (2000). Ponton@dat1.net.ar
- Sandoval, M.; Quiñones, R. (1997). Terapia Cognitiva y Comportamiento Verbal. *Suma Psicológica*. Vol 4, 1, 35-53.
- Serrano, Y. (1999). Prácticas Culturales y Antropología Conductual. *Boletín ALAMOC*. 26, 3-5

ABA Colombia
Asociación Colombiana para el Avance de las Ciencias del Comportamiento
informacion@abacolombia.org.co

Este artículo proviene de: www.abacolombia.org.co
Todos los derechos reservados ©2003

