

1. La dialéctica negativa en el proceso de formación de **opiniones**

Comentario [oi1]:
Calificación 95

La dialéctica negativa invita a criticar a fondo toda filosofía y toda utopía, las cuales tienden a ser “positivas” en la medida en que son doctrinarias. La dialéctica negativa excluye toda conceptualización terminante y tiene en cuenta el movimiento constante del pensamiento al que no puede satisfacer del todo alternativa alguna. La dialéctica negativa propone repensar las categorías de identidad, razón y verdad. Asimismo, tiene como fin dinamizar conceptos y a una construcción de la identidad basada en la recuperación de lo diferente. La opinión pública es dinámica, toma en cuenta puntos de vista diferentes que nos permite obtener diferentes matices de hechos o conceptos que podríamos dar por sentado. Las diferentes opiniones de una sociedad nos permiten lograr una mejor comprensión de los hechos sociales y alejarnos de visiones totalizadoras de la sociedad relacionadas al interés de grupos **específicos**.

Comentario [oi2]: Si van a copiar el texto de un determinado autor –aún tratándose de Wikipedia-, deben entrecomillar las oraciones empleadas y proceder a citar correctamente .8/1

2. Con base en teoría de sistemas -Niklas Luhmann- explicar el proceso de formación de **experiencias**.

La experiencia es entendida como una realidad única y dotada de sentido propio. Es un acontecimiento específico dentro del proceso de la conciencia que presupone expectativas estructuradas. Sin embargo, a medida que aumenta el número y la complejidad de las vivencias y se vuelve necesario elegir entre ellas, las experiencias pierden poder vinculante y aumenta la abstracción de las mismas. La formación de experiencia en sociedades complejas la constituyen no determinadas prácticas sino reglas de selección históricamente modificables. Es por ello que la teoría de Luhmann define al mundo como “el campo de selección constituido de forma general” (p. 28).

Partiendo de esta idea, la experiencia de una sociedad no es el resultado de su actuación dentro de un mundo existente sino que se conforma de la abstracción y selección de un ambiente en cambio constante. La transmisión de experiencias en una sociedad se realiza no por la vivencia sensorial de un acontecimiento sino por comunicaciones, las cuales no se limitan sólo al lenguaje, sino que a todas las posibles selecciones informativas que se permita realizar un **sistema**.

Comentario [oi3]: Correcto. 1/1

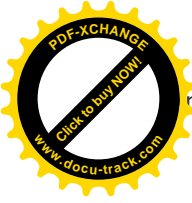
3. ¿Cuáles son las funciones de los medios de acuerdo con Lasswell y Wright?

Según Lasswell las funciones de los medios son:

- Observar y controlar el mundo circundante; “reunión de las informaciones acerca de acontecimientos *importantes*” (Böckelmann 46)
- Lo referente a la actividad redaccional; “selección e interpretación de las informaciones y comentarios de los acontecimientos” (Böckelmann)
- La transmisión de la herencia cultural de una generación a la siguiente.

A las anteriores, Wright introduce el entretenimiento como una función de los medios de comunicación, y distingue entre dos tipos de funciones: las latentes y las **manifiestas**.

Comentario [oi4]: La segunda tesis del paradigma de Lasswell no es muy clara. Indicar la fuente ¿Infomedia?, ¿Moragas? .75/1



4. Opinar sobre la siguiente te tesis: "La opinión pública debe traducir las demandas de la sociedad en problemas con soluciones políticas".

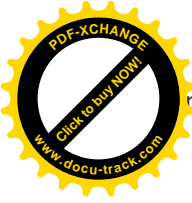
La afirmación anterior se puede entender bastante bien si partimos de la famosa *Caja Negra* de Easton. Según la teoría anterior la sociedad introduce *inputs* (demandas, apoyos) al sistema y éste entrega *outputs* en la forma de decisiones políticas. Se llama Caja Negra ya el demandante no se sabe que es lo que ocurre dentro del sistema para que su demanda se convierte en una decisión política. Ésta llamada caja cuenta con dos pares de filtros; uno para lo que se introduce al sistema y otro para lo que sale de él. El primer filtro se refiere a la Cultura Política¹ y cómo ésta afecta a la manera en la que se generan, y se introducen al sistema, los inputs. El segundo filtro determina la forma como las decisiones se toman y tiene que ver con la estructura de gobierno.

Se dice que la Caja Negra es un sistema abierto y dinámico cuando participan los partidos políticos, los grupos de poder, el gobierno, las organizaciones sociales, las instituciones y **los medios de comunicación**. Es abierto y dinámico ya que el orden puede cambiar dependiendo de la demanda; lo anterior se explica de la siguiente manera: Si determinado grupo hace una demanda, ciertos actores se van a interesar más que otros, en dicha demanda. Éste interés se va a traducir en un intento de acomodo de tal manera que aquellos a los que más les interesa van a buscar tener un papel de mayor relevancia que a aquellos que no les interesa, o les interesa menos (por ejemplo, si una colonia hace una demanda por agua potable las asociaciones civiles que tienen algo que ver con el tema van a buscar participar activamente en la demanda, al igual que los partidos políticos y otros grupos de poder locales, mientras que a las Organizaciones No Gubernamentales interesadas en el medio ambiente sólo les va a interesar la parte relacionada con la sustentabilidad y, por lo tanto, van a tener una menor participación).

En la parte de los *inputs* es precisamente donde se encuentra la opinión pública. Ésta problematiza los asuntos cotidianos y los presenta al sistema en busca de una solución. Pero el sistema va a atender una demanda de la sociedad en la medida en la que esta pone en riesgo la operabilidad, funcionalidad, confianza y eficacia del mismo; es decir, que si una demanda no presenta ninguna amenaza al sistema, éste no la va a resolver, hasta que se convierta en una. Por poner un ejemplo, la pobreza es una amenaza para el sistema y por eso hay tantas políticas públicas y decisiones políticas tomadas en torno al mismo, pero por otro lado los perros callejeros no representan mayor problema y por lo tanto es un asunto que no se va a resolver hasta que, por decir algo, se vuelven una amenaza para la salud ya que están contagiando a las personas de enfermedades, entonces si se van a volver un problema que el sistema va a tratar de resolver.

Es importante recalcar que para que una opinión pública realmente genere alguna influencia en las decisiones políticas, ésta tiene que estar sustentada en una ciudadanía fuerte e informada, ya que de lo contrario la opinión pública puede ser manipulada para convertirse en un vocero más de las élites.

¹ Tiene que ver con las prácticas políticas de un lugar determinado. Almond & Verba han identificado tres diferentes tipos de cultura política.



croyo, Puón, Chalchy, Perales, Vallejos

La visión de Luhman es compatible con lo anteriormente mencionado ya que las mismas contradicciones del sistema social hacen que dentro de éste surja un subsistema que es compartido por muchos otros sistemas y permite que éste los influya. La opinión pública se va moviendo de sistema en sistema, dependiendo del tema en cuestión, y son las mismas contradicciones que le dieron forma las que le dan el carácter de autótrofo -ya que se alimenta, por sí solo, de los temas de los otros sistemas- y produce las contradicciones necesarias para adquirir un carácter dinámico y cambiante. Cuando el subsistema de la opinión entra en contacto con el sistema político ambos se influyen mutuamente lo que afecta las decisiones que ambos van a tomar

A nosotros nos parece que si bien es cierto que la opinión pública busca influir en el sistema político, al igual que en el económico –tal y como lo plantean Cohen & Arato- hay muchos otros intereses que pueden manipular, influir o incluso callar a la opinión pública a menos de que exista, como ya se mencionó, una ciudadanía fuerte y una sociedad civil real con espacios de deliberación; de lo contrario la frase queda en una utopía.

Comentario [oi5]: Excelente respuesta. Muy completa.

5.- Con base en Maletzke, Hovland, Dröge, Weissenborn y Haft, Bledija, Stisberg y Roth: distinguir opiniones y actitudes.

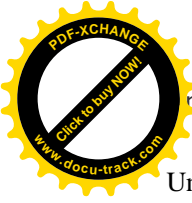
Maletzke: Las opiniones son tomadas de posición de tipo externo, que se verbalizan con relativa facilidad y que presentan una fuerza motivadora relativamente pequeña para las acciones. Las actitudes deben ser consideradas como tomas de posición, ancladas más profundamente en la personalidad de la persona y que, en gran medida, están conectadas con otros sectores parciales de la personalidad de forma integradora y funcional; las actitudes son más estables, no tan fácilmente verbalizadas y dotadas de una mayor fuerza motivadora que las opiniones.

Hovland: actitudes: las orientaciones generales de la aproximación y de rechazo frente a cosas, personas, complejos y procesos.

Dröge, Weissenborn y Haft: Comprueban en que extensión están relacionadas la influencia sobre las actitudes con los cambios dentro del terreno afectivo y con las “variaciones externas de la conducta”. Como magnitudes de referencia de la intensidad de las convicciones se citan principalmente el grado de intensidad de la afirmación de opiniones y actitudes y el grado de participación del yo en una actitud en caso del receptor.

Frank Bledijan y Manfred Stosberg, Erwin Roth: Las actitudes: pueden influir en el proceso del aprendizaje y con ello en al ampliación de los conocimientos. Las actitudes se caracterizan por cuatro rasgos:

- No son magnitudes directamente observables,
- Construcciones hipotéticas, que se tienen que derivar a partir de las reacciones observadas, tomas de posición verbales, es decir, opiniones y acciones manifiestas.
- Referidas a un objeto determinado. Se adquieren a lo largo de la historia individual de acuerdo con las leyes generales del aprendizaje
- Las actitudes tienen carácter de sistema, comprendidas como un complejo de unidades independientes.



croyo, Puón, Chalchy, Perales, Vallejos

Una similitud dentro de estas definiciones, en el caso de las actitudes, es el hecho de tomar el terreno afectivo como un factor determinante para plantear opiniones o en su defecto mantenerse firmes ante ciertas posturas. Lo anterior con relación a lo mencionado por Stosberg: “Las personas con gran autoestima muestran en cada etapa de la discrepancia comunicativa un cambio de actitud menor que las personas con escasa autoestima.” Por otra parte, el peso que tiene la historia individual de cada persona, ya que con base en ello serán las actitudes que predominen en cada individuo.

Comentario [oi6]: Muy completa respuesta. 1/1

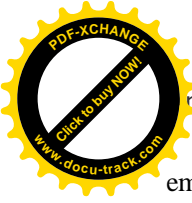
6. Describir las variantes de efectos sometiendo al receptor -cambios de actitud-, de acuerdo con Bledijan.

Las investigaciones han tratado de resumir a una sola variable la forma de reducción de la disonancia en una situación que involucre a uno o a más individuos, de ahí que se hayan desprendido diferentes posturas y estudios sobre las variantes de efectos en un receptor, algunas de las cuales explican que si dos actitudes son discrepantes existe la posibilidad de alterar una de ellas o ambas, ya que “los receptores tienen la posibilidad o alternativa de adaptar su actitud precomunicativa a la recibida o bien de rechazar la declaración engendradora de disonancias o bien de ponerla en duda”. (Böckelmann, 1983: 173).

En este sentido, Bledijan enunció que si las personas creen o saben que las informaciones esperadas pueden originar y reforzar (eliminar o reducir) una disonancia, entonces seguro que evitarán (elegirán) esta información.” Aunque, como bien lo señala Böckelmann, esto depende de múltiples factores que pueden resultar decisivos como la capacidad de la persona para tolerar una determinada inconsistencia; o bien la ambigüedad de una declaración referida al receptor; o ya sea la intensidad de una opinión precomunicativa, entre otros. Para hacer más claro este punto, Bledijan subraya que cuando la actitud de una persona con respecto a una situación o a un objeto cambia puesto que previamente hubo una declaración comunicativa persuasiva, moviéndose los componentes afectivos de dicha actitud en la dirección de la inconsistencia, y se supera el límite de tolerancia de dicha inconsistencia, y la inconsistencia no puede ni aislarse ni colocarse de la conciencia activa, entonces se seguirá el cambio correspondiente de los componentes cognitivos de dicha actitud hacia la consistencia. (1983: 175).

Bledijan subraya que si bien es cierto que hay múltiples variables y de expresiones involucradas para el cambio de actitud y persuasión de los individuos, realmente éstas se reducen a muy pocas puesto que las personas, muchas veces, no tienen la posibilidad de participar en la fijación de las condiciones de la manifestación del enunciado o en la fijación de la actitud del comunicante, así como tampoco de buscar apoyo a su actitud precomunicativa en algún grupo interactivo.

De igual forma, la autoestima baja y las personas que tienen poca confianza en sí mismas son un factor clave para la persuasión puesto que si el individuo muestra niveles bajos de autoestima, será más fácil sugestionarlo, puesto que, como lo refiere Bledijan, la autoestima continúa siendo el punto máximo de referencia de la orientación y de la conducta, entendida como el conjunto de actitudes del individuo con respecto a su propia persona. “Se intenta determinar la autoestima normalmente como adecuación social o bien discrepancia entre la propia imagen y la imagen ideal (con respecto a la propia capacidad de realizar, con respecto a las propias relaciones con el entorno y con respecto a la conducta dentro de las situaciones difíciles)” (1983:184). Sin



croyo, Puón, Chalchy, Perales, Vallejos

embargo, los individuos que presentan baja autoestima son fácilmente cambiantes ya que de la misma forma que fueron persuadidos, pueden desilusionarse rápidamente y no necesariamente una comunicación social que se centre en este tipo de personas puede resultar eficaz.

Otras tesis plantean que la posibilidad de persuasión se vuelve mayor en temas donde no se tiene un gran marco de referencia, es decir, que no se conoce o se tiene muy poco **conocimiento**.

Comentario [oi7]: Muy completa respuesta 1/1

7.- Explicar, de acuerdo con Festinger, la percepción selectiva.

La tesis central de Festinger, es que el receptor intenta, con ayuda del consumo de los medios, reducir o impedir las contradicciones (disonancias) abiertas y amenazadoras entre sus actitudes, sus principios, su conocimiento y su acción, y construir una consistencia y congruencia lo más amplias posibles dentro de su estructura psíquico-cognitiva, principalmente en su propia percepción.

Para Fesinger, el individuo no actúa con base en sus percepciones, las cuales vienen de los medios, caso contrario, una vez que actúa justifica dichas acciones tomando mano de lo que los medios le proporcionan y así tratar de justificar la o las decisiones que ha tomado. Lo anterior, según Festinger, es por la necesidad de creer que ha tomado la decisión correcta o en su defecto la más acertada. De esta manera podemos ver, que si bien, los medios no son en primera instancia un medio en el cual basar las decisiones, si funcionan como un soporte para reforzar cualquier decisión de la cual se dude, así cualquier de los medios que mejor se acople a la decisión tomada, será el idóneo para apoyar dicho **acto**.

Comentario [oi8]: Muy completa respuesta 1/1

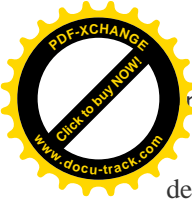
8. Explicar con base a Klapper la teoría de la confirmación y del reforzamiento.

Un individuo que ha elegido entre dos alternativas trata de confirmar su elección mediante la recepción de los medios o bien, trata de asegurar la congruencia de su decisión o de reducir la disonancia porque necesita saber que ha tomado una decisión correcta. De acuerdo con Klapper las comunicaciones tienen entonces diversos grados de impacto en primer término y los mediating factors tienen determinado peso en la creación de ese impacto. La influencia en las actitudes las identifica como variables dependientes, que puede ser efecto creativo, efecto de reforzamiento, efecto insignificante, efecto de conversión y ausencia de efecto. La mayoría de las veces se da el reforzamiento, seguido de un efecto creativo, luego insignificante y casi nunca de **conversión**.

Comentario [oi9]: Correcto 1/1

9. ¿Qué es el sleeper effect?

Es el fenómeno en el que las declaraciones, durante e inmediatamente después de la recepción, no encuentran eco y son recibidas escépticamente y tratadas con reserva, pero después de algún tiempo terminan por aceptarse. En primer lugar se rechaza al medio o comunicante,



croyo, Puón, Chalchy, Perales, Vallejos

después conforme al principio de remoción de la disonancia cognitiva se acepta la declaración que se estima portadora de consistencia. La fuente se olvida antes que el contenido.

O en otras palabras, es el que se produce cuando una declaración, en principio rechazada o poco atendida, es aceptada o reactualizada después de algún tiempo, dependiendo de la velocidad o rapidez con que se olvide la fuente y los detalles específicos de la declaración y se recuerde la “sustancia” del contenido de la declaración. Cuando dentro de una situación imprevista lo descuidado cobra de repente importancia, cuando los grupos de referencia corrigen su recepción primaria negativa y cuando las predisposiciones, suspendidas en la situación de la recepción recuperan posteriormente su peso, entonces es cuando pueden producirse efectos tardías conectados con las nuevas valoraciones. (Franz Droge/Rainer Weissenborn/Henning Haft)

Comentario [oi10]: Buena respuesta 1/1

10. ¿Por qué son importantes los estereotipos -Lippman- en el estudio de la opinión pública?

Porque representan alternativas de opinión tematizadas, que son reformuladas y reinterpretadas por uno y otro bando para fomentar polarización. Reducen el espectro público de opiniones a unas cuantas alternativas que se vuelven temas generales y dejan de ser convicciones personales. De esta forma acortan los caminos entre el comunicante formador de opiniones y el receptor.

Comentario [oi11]: Buena respuesta 1/1