

La encuesta de la opinión pública como técnica de la investigación pedagógica

JOSE LUIS SUAREZ RODRIGUEZ

del Centro de Orientación Didáctica de Enseñanza Media

1. OPINION Y OPINION PUBLICA

La opinión (doxa) es en el ámbito del conocimiento, según PLATÓN (*República*, V, 477A-480A), algo intermedio o a caballo entre la ignorancia (agnoia) y la ciencia (episteme). Es una facultad discursiva, distinta de la ciencia, que nos hace capaces de «juzgar sobre las apariencias». Si bien el filósofo «no es amigo de la opinión», no puede simplemente desecharla, pues si en la opinión no hay propiamente un saber, constituye un modo particular de aserción, tanto más cercana al saber cuanto más probables son las razones en las cuales se apoya. Ese asentimiento o *assensus*, como le llaman los escolásticos, que caracteriza a la opinión, contrarrestado por un *formido partis oppositae*, temor de lo sustentado por la aserción contraria, la convierte en una actitud afectiva que la diferencia formalmente de la certidumbre, «estado firme de la mente», también de matiz subjetivo, pero más cercana a la evidencia de la certeza.

Lo característico, pues, de la opinión es su inseguridad, lo cual hace que el hombre cambie más o menos frecuentemente de opinión, de parecer, según el aparecer de las cosas y de las circunstancias y el impacto que produzcan en el ámbito de las afecciones. Si, como dijo ORTEGA, «yo soy yo y mis circunstancias», definición ésta de la persona que refleja la «esencialidad» cambiante del hombre de hoy —existencial—, no cabe duda que la opinión, característica del hombre de nuestro tiempo, al que las circunstancias hacen y deshacen cada día, ha de ser tenida muy en cuenta.

LA PIERRE clasifica la opinión, entre las formas de *conducta de actitud*, como una actitud «simbólica manifiesta», que comprende los actos de hablar, escribir y accionar (1). P. M. SYMONDS le

asigna la clase 7 de su lista de actitudes de la acción práctica. Como vemos, se acentúa hoy la tendencia a considerar la opinión más que como una actitud mental individual, estática, como un modo de sentimiento manifiesto, público y dinámico; como capacidad no sólo de ser del hombre, sino de hacer. Por eso los psicólogos sociales y pedagógicos se interesan en saber cómo se forman los estados de opinión y qué presiones ambientales emplear para dirigir a los individuos y a los grupos en la formación de hábitos mentales y sociales según determinados mecanismos de respuesta (2).

No tanto interesa hoy la opinión individual cuanto la opinión de grupo y de multitud, la que en la terminología sociológica se llama *opinión pública*. Esta queda definida como una «actitud de una porción importante de población con respecto a una determinada proposición, que se apoya en un mínimo de pruebas reales y que supone cierto grado de reflexión, análisis y razonamiento. Es un producto parcialmente intelectual, a diferencia del sentimiento público, que es, en esencia, cuestión de emoción, y puede existir y existe sin la menor base real adecuada» (PRATT FAIRCHILD) (3).

El hecho de que la opinión pública, científicamente considerada, sea considerada como un producto *parcialmente intelectual*, como una actitud no simplemente afectiva, sino racional, hace que se la distinga de la opinión de masa o multitud, que es un simple «sentimiento público», de carácter inestable y amorfo. Por lo que el mismo PRATT FAIRCHILD hace ver que los propagandistas dan la impresión de que tratan de modificar la opinión pública, cuando en realidad apelan al sentimiento público y tratan de utilizarlo. Esto queda de manifiesto en los *referéndums* políticos y campañas electorales.

(1) LA PIERRE: *The Sociological Significance of Measurable Attitudes*, «Amer. Sociol. Rev.», 3: 175-82, 1938.

(2) VET BERNARD, L.: *Social Psychology*, Holt, 1928.

(3) PRATT FAIRCHILD, H.: *Diccionario de Sociología*, México, 1949; voz, Opinión pública.

Las opiniones expresadas por grupos orgánicos, por minorías representativas, constituyen el núcleo definido de la opinión pública científicamente calibrada. Frente a la información de tipo *survey* (de conjunto), que en Estados Unidos ha hecho famosos los nombres de GALLUP, ROPER y CROSSLEY, entre otros, se utilizan técnicas de *muestreo*, en las que las opiniones recogidas de un limitado número de personas, de un grupo seleccionado, pueden considerarse como típicas de las reacciones de la población total.

2. LA OPINION PUBLICA Y LA INVESTIGACION SOCIAL

La planificación social científica ha de hacerse mediante la investigación social. El estudio de los fenómenos sociales no debe basarse simplemente en la observación de los hechos sociales y su análisis inductivo. Además, el examen de las realidades ha de hacerse sobre el terreno, no en el laboratorio o gabinete. Desde aquí no se palpan las situaciones irritantes e intolerables. Estas situaciones, por otra parte, no son siempre meros focos endémicos, sino fruto de un complejo de factores sociológicos, en los que la persona juega un papel primordial, y que han de estudiarse desde distintos ángulos y sistemáticamente. Por eso señala LUNDBERG que «el principal método de definir los grupos sociales verdaderos puede ser el de descubrir qué grupos de población tienen actitudes comunes, mejor que el de suponer que constituyen grupos sociales sólo porque viven en la misma área geográfica o subdivisión política, o tienen igual renta, o debido a otros criterios que pueden ser sumamente impertinentes como indicadores de verdaderos límites de grupo o «interés común» (4).

Esto nos lleva a la consideración de la necesidad de un organismo oficial que, de una manera sistemática, se interese en el planeamiento integral de la sociedad a partir de la investigación de los núcleos influyentes de opinión pública, como factor verdaderamente democrático de participación del pueblo, corporativamente, en las funciones y tareas del Estado.

Si esto se lleva a cabo de una manera científica, apelando no ya a la *vox populi*, con aparato propagandístico, como sucede en la democracia liberal, sino interrogando a los grupos representativos, verdaderamente interesados en la solución de los problemas concretos y propios dentro de su área de acción profesional o asociativa, se convierte en un verdadero instrumento de democracia orgánica. Este y no otro sería el propósito de un Instituto de la Opinión Pública: presentar un programa constructivo de mejoramiento social, a través del control de las condiciones y necesidades sociales que postulan las opiniones autorizadas de grupos representativos de la sociedad.

(4) LUNDBERG, G. A.: *Técnica de la Investigación Social*, México, 1949, pág. 261.

3. LA INVESTIGACION SOCIAL Y LA ENCUESTA SOCIAL

¿En qué consiste una investigación social oficial? «En el trabajo social casuístico—dice P. YOUNG—la investigación social oficial se relaciona con los procesos y técnicas aplicados a la recolección de los datos esenciales para el diagnóstico y tratamiento de los casos. Administrativamente, la investigación social tiene, por lo menos, dos significados: 1), es una encuesta llevada a cabo «para descubrir algo que es irregular», y 2), una encuesta efectuada por una corporación oficial, con objeto de reunir información en un aspecto determinado, ya sea comercial, agrícola, legal, etcétera, sobre un problema particular de interés público, a fin de dirigir hacia él la supervisión legislativa o ejecutiva de la administración» (5).

Si bien la encuesta social se considera parte integrante de la investigación social, objetivamente se diferencian una y otra. El que realiza encuesta social—según el autor citado anteriormente—puede hacer uso de los procedimientos y métodos científicos, pero lo hace solamente para organizar su trabajo sistemáticamente, para consultar sus fuentes con imparcialidad, para observar, recoger datos y clasificarlos crítica y objetivamente y para sujetarlos a la comprobación, según el método analógico. Pero no se formula hipótesis o suposiciones sobre los fenómenos sociales como lo hace el investigador, sino que procede de hechos bien conocidos y establecidos. Tampoco formula teorías o leyes con el propósito de explicar los procesos, las normas y las semejanzas o diferencias que puedan aplicarse a todos los casos típicos. Lo que hace es un diagnóstico de sus datos, con objeto de formular un plan de tratamiento social o de reforma social. El investigador social se interesa en la dinámica social, mientras que el que realiza encuesta social se ocupa con las situaciones concretas y actuales, que a menudo requieren un método estadístico de estudio.

BURGESS define la encuesta social como «el estudio científico de las condiciones y necesidades de la comunidad, con objeto de presentar un programa constructivo de mejoramiento social... Un método de introspección social comprobado por métodos estadísticos y por *standards* comparativos» (6).

4. LA ENCUESTA DE LA OPINION PUBLICA ACERCA DE LOS PROBLEMAS DE LA EDUCACION

Entre las múltiples facetas de la investigación sociológica queremos fijarnos en la que se refiere a los problemas educativos. Y entre las varias técnicas de investigación que emplea la sociología pedagógica (células, entrevistas, cuestionarios...)

(5) P. V. YOUNG: *Métodos científicos de Investigación Social*, México, 1953, pág. 64.

(6) BURGESS, E. W.: *Social Survey—A field for Constructive Service by Departments of Sociology*, «Amer. Journal of Sociology», XXI (enero 1916), pág. 492. (Citado por P. V. YOUNG: *Op. cit.*)

nos vamos a detener en la encuesta de la opinión pública como instrumento eficaz en el planeamiento científico de una política integral de la educación.

Siendo la educación un *servicio público* (7), y como tal no sólo competencia del Estado, sino una tarea en la que se encuentra interesada y comprometida la sociedad entera, ésta ni puede inhibirse ante los problemas educativos ni debe quedar al margen a la hora de su planteamiento y resolución. Si bien la ejecución corresponde, en definitiva, a las autoridades estatales y académicas, el asesoramiento de la opinión pública puede y debe intervenir como elemento integrador en el proceso resolutivo.

Ahora bien, como sería impracticable — e incluso imposible — obtener una opinión de cada persona de la población, y teniendo en cuenta, por otra parte, las limitaciones anteriormente apuntadas, derivadas de la distinción entre opinión de multitud y opinión de grupo, es ésta la que nos interesa consultar para la obtención de *muestras* que puedan considerarse como típicas de las reacciones de la población total.

La primera tarea, por tanto, sería la de determinar cuáles son esos grupos que consideramos representativos. Tales serían, entre nosotros, según la estructura orgánica de la sociedad española, los integrados en las siguientes entidades:

- Asociación de Padres de Familia.
- Asociaciones específicamente pedagógicas (Sociedades Españolas de Pedagogía y Psicología).
- La Inspección Escolar, en todos sus grados.
- Los Consejos Nacionales y Provinciales de Educación.
- Los Centros de Orientación Didáctica.
- Colegios Profesionales.
- Federaciones y Cooperativas de la Enseñanza.
- Claustros de Profesores.
- Consejos de Protección Escolar.
- Centros de Investigación Científica.
- Departamentos ministeriales de Educación Popular, de Formación Profesional, etc.
- Autoridades eclesíásticas y locales.
- Visitadores Sociales.
- Sindicatos, Empresas, etc.

¿Cómo se ha de interrogar a la opinión pública y sobre qué cuestiones? En general, y en su aspecto formal, las actitudes que interesa consultar han de referirse no a cuestiones en las que consta que la ecuanimidad es absoluta en la aprobación o desestimación (por ejemplo, sobre la gratuidad y obligatoriedad en la Enseñanza primaria), sino las relativas a las más finas gradaciones de las actitudes, en las que hay muchas diferencias de opinión razonables, las que STUART A. RICE llama «cuestiones fronterizas» de la opinión pública. La encuesta, por tanto, ha de disponer sus *items* y *subitems* de tal manera que no

solamente admitan posturas radicales de SI y NO, sino la posibilidad de expresar varias gradaciones de actitud de opinión en sus aspectos positivo y negativo: *muy conforme-conforme-dudoso-sin opinión-disconforme-muy disconforme*, etc.

En cuanto al contenido material de la encuesta, pueden ser objeto de consulta cuestiones tales como las que se refieren a: labores extraescolares, oposiciones, libros de texto (su precio, su forma, su contenido), programas, cuestionarios, materias de estudio, períodos y ciclos de aprendizaje, educación pública, empleo del ocio, contenido formativo de los programas de espectáculos (películas infantiles...), cuestiones especiales de educación cívica (circulación, ruidos...), factores de la delincuencia juvenil, etc.

Las investigaciones sociológicas así realizadas han de ser previas a:

- Campañas de Alfabetización y Extensión Cultural.
- Cursos de Formación Profesional Acelerada.
- Empleo Masivo de Medios Audiovisuales.
- Planes de Estudios.
- Convocatorias de Protección Escolar.
- Introducción del Bachillerato Europeo.
- Planeamiento de la enseñanza según los planes generales de desarrollo económico y social, etc.

Otros puntos a considerar en la preparación y realización de encuestas sociales en general, a tener en cuenta en el caso concreto de la educación, son: patrocinio de la encuesta, comité directivo y asesor, equipo realizador, métodos de estudio a emplear (analógico, casuístico, ecológico...), unidades de comparación empleadas; registro, clasificación y análisis de los datos, aplicaciones, elaboración y presentación al público de los descubrimientos y resultados de la investigación... (8).

NOTA BIBLIOGRAFICA

- AZEVEDO, F. DE: *Sociología de la Educación*, México, 1946.
- BEST, J. W.: *Cómo investigar en Educación*, Madrid, 1959.
- GRAVES, W. B.: *Readings in Public Opinion: Its Formation and Control*, Appleton-Century, C. O., 1928.
- LUNDBERG, G. A.: *Técnica de la Investigación Social*, México, 1949.
- MANHEIM, E.: *La opinión pública*, Madrid, 1936.
- MURPHY, G.-LIKERT, R.: *Public Opinion and the Individual*, Harper, 1938.
- REMMERS, H. H.: *Introduction to Opinion and Attitude Measurement*, New York, 1954.
- SANGRO Y ROS DE OLANO, P.: *Opinión pública y masa neutra*, Madrid, 1932.
- THURSTONE, L. L.- CHAVE, E. J.: *The Measurement of Attitudes*, Chicago, 1929.
- YOUNG, P. V.: *Métodos científicos de Investigación Social*, México, 1953.
- BENEYTO PÉREZ, J.: *Teoría y técnica de la opinión pública*. Editorial Tecnos. Madrid, 1961.

(7) Ver FRAGA IRIBARNE, M.: *La educación como servicio público*, «Rev. de Estudios Políticos», núm. 96, 1957.

(8) Para un más detenido estudio de la técnica de la encuesta, consultar los autores referidos en la nota bibliográfica.