

La columna de opinión en vísperas electorales

La columna de opinión es uno de los géneros más ilustres del periodismo escrito y uno de sus rasgos más peculiares que marcan su diferencia, e incluso su superioridad, respecto de los medios audiovisuales. Mientras éstos, por su inmediatez y su persistencia, le ganan siempre a la prensa escrita en el plano de la información, la opinión transita a sus anchas y como en terreno propio por las páginas de periódicos y revistas. Las exigencias del lenguaje y de simplificación propias del medio radiofónico y el tratamiento expeditivo y reductor que caracterizan a la televisión se avienen mal con la opinión, que requiere de la calma, natural en un género que procede de la reflexión e invita a la reflexión.

Los grandes maestros del periodismo americano, como Walter Lippman, o del europeo, como Raymond Aron, se han ilustrado sobre todo a través de las columnas de opinión. Por medio de éstas lograron hacer un periodismo de ideas que sin separarse de la actualidad —común denominador de toda actividad periodística— hace el análisis reflexivo y consigue traspasar la superficie del acontecimiento. Lo mejor que se puede decir de esas columnas

**ALEJANDRO
MUÑOZ
ALONSO***

«A través de las columnas de opinión lograron hacer un periodismo de ideas que sin separarse de la actualidad —común denominador de toda actividad periodística— hace el análisis reflexivo y consigue traspasar la superficie del acontecimiento.»

*Catedrático de Opinión Pública, U.C.M.

magistrales es que, leídas muchos años después, conservan su frescura y su interés. Toda una paradoja en el mundo de la prensa en el que, según suele decirse, no hay nada perdurable porque se rige por la ley de la fugacidad.

El columnista avezado se convierte en un líder de opinión que influye sobre todo en otros líderes de opinión, ya que son éstos sus principales seguidores. Su influencia no llega a los sectores más amplios de la población sino mediadamente a través del uso que de sus ideas y sus opiniones harán otros profesionales y otros medios de más largo alcance. El rastro de esas ideas y opiniones puede encontrarse después en otros textos, casi siempre sin referencias a su origen pues el destino de los contenidos de las columnas es el de convertirse en patrimonio de todos. Y ello no por una voluntad de plagio, sino porque las ideas y las opiniones, una vez lanzadas al aire, pierden toda autoría.

Resulta difícil, en consecuencia, decidir si las columnas de opinión influyen o no en las intenciones de votos de los electores o en la decisión final de éstos ante las urnas. Las primeras investigaciones, allá por los años cuarenta, realizadas en los Estados Unidos acerca de la influencia de los medios escritos en las campañas electorales, concluían en su escasa incidencia en aquellos electores que tenían su voto decidido. Ya entonces se percibe algo que hoy está todavía más comprobado, esto es, que son los indecisos los que se ven más influidos por los medios. Sucede, sin embargo, que los indecisos — personas poco interesadas por la política, en términos generales— no son lectores habituales de las columnas de opinión, sino consumidores —por lo general distraídos, poco atentos a la información política— de programas de televisión. Sólo, por lo tanto, en la medida en que las columnas de opinión influyan en los redactores de los programas de televisión llegarían a esa masa de indecisos influenciables que, paradójicamente, suelen tener en su mano —y en su voto— la decisión de muchas contiendas electorales.

Como es natural en un género típico del periodismo de opinión, las columnas, aún alejadas de las contiendas de partido, suelen tener una característica coloración. Los columnistas suelen clasificarse por sus tendencias y sus simpatías, e incluso los escasos gigantes del periodismo que se sitúan por encima de cualquier divisoria, no pueden evitar que se les asigne una etiqueta ideológica. A partir de ahí se produce un fenómeno que los especialistas denominan de "selectividad", en virtud del cual cada columnista tiene sus seguidores, convencidos de antemano, que, al leerle, se ven reforzados en sus opiniones. Algunos columnistas, por su brillante estilo literario, por su sentido del humor o por otras cualidades, pueden romper esa

«Resulta difícil decidir si las columnas de opinión influyen o no en las intenciones de votos de los electores o en la decisión final de éstos ante las urnas.

Las primeras investigaciones concluían en su escasa incidencia en aquellos electores que tenían su voto decidido.

Son los indecisos los que se ven más influidos por los medios. Sin embargo, no son lectores habituales de las columnas de opinión.»



barrera de la "selectividad" y conseguir lectores que no comparten sus ideas y opiniones. Pero existen pocas posibilidades de que este tipo de lectores modifique su intención de voto como consecuencia de esa lectura.

En cualquier caso, las opiniones de los columnistas, en cuanto líderes de opinión, "pesan" más que la de quienes no tienen esta condición. Tales opiniones son, además, más visibles, y esto les da un valor estratégico en los momentos electorales, sobre todo en aquellos casos en que el columnista toma partido, abiertamente, por uno de los partidos que concurren en el proceso electoral. Para un partido es una baza gozar del apoyo de columnistas importantes. Pero jamás podría afirmarse que ganará las elecciones el partido que cuente con un grupo de columnistas favorables más numeroso o más influyente. En el periodismo norteamericano siempre se suele aludir al caso de dos de sus más influyentes diarios, *The New York Times* y *The Washington Post*, que apuestan tradicionalmente por el candidato demócrata, lo que no impide que en muchas ocasiones, como en los casos Reagan y Bush, sea el candidato republicano el preferido por los ciudadanos.

Pero de todos modos las columnas crean un clima de opinión —por utilizar una expresión clásica a la que ha dado un nuevo sentido Elizabeth Noelle-Neumann— que prestigia ciertos temas o enfoques y, a través del mecanismo de la "espiral del silencio", facilita la difusión de las ideas concordantes y supone un obstáculo para que las adversas se abran camino. Si la influencia informativa de este fenómeno no admite dudas, la electoral suscita muchos más interrogantes.

Durante algún tiempo se sostenía que el dominio de la televisión decidía el resultado de las elecciones y algunos casos — como en España el referéndum de la OTAN de 1986— parecen confirmar esa tesis. Pero, a medida que, en casi todos los países, la televisión se va haciendo más pluralista, escapando al monopolio del poder público, se va esfumando la idea de que las elecciones se ganan desde la pequeña pantalla. Con mucha más razón tenemos que decir que las columnas de opinión no son ningún elemento decisivo en las contiendas electorales.

Lo que sí son las columnas es una parte indispensable del paisaje político-mediático en una democracia moderna. En un momento en que se acumulan las informaciones sobre temas tan diversos que provocarían en los lectores menos avisados una sensación de pérdida en un bosque político, invitación permanente a la reflexión en un mundo que tantas veces aparece como desquiciado e incluso caótico.

«Los columnistas suelen clasificarse por sus tendencias y sus simpatías, e incluso los escasos gigantes del periodismo que se sitúan por encima de cualquier divisoria, no pueden evitar que se les asigne una etiqueta ideológica.»



