



REVISTA DE DIFUSIÓN ACADÉMICA

ISSN 2718-6318

Año II | Número 6 | Julio 2021

# El cambio de opinión política y de postura ideológica en las personas adultas

Maite Velasco <sup>1</sup>

maituvelasco@gmail.com

---

<sup>1</sup>Graduada 2020 del Colegio Carmen Arriola de Marín.

## Introducción

Este trabajo propone un análisis sobre el posible cambio de opinión política y de postura ideológica de las personas adultas. Y busca determinar qué variables llevan a las personas a aferrarse a sus creencias, aun en los casos en que la evidencia que las sostiene es notablemente débil. Para ello, acudimos a la realización de encuestas que indagaron en tópicos políticos, culturales y morales. La predicción indicaba que el público, al leer diferentes posturas sobre un tema político, se repetiría en la tendencia a arraigarse a la información que confirma sus suposiciones, rechazando aquellas que no coinciden. En cambio, en los tópicos vinculados a temas sociales, morales, ambientales o de cultura, las personas serían más propensas a aceptar un cambio de opinión.

La investigación, que también buscó determinar la existencia o no de diferencias a partir de los distintos grupos etarios, fue guiada a partir de la siguiente pregunta: ¿Qué variables llevan a las personas a aferrarse a sus creencias, aun cuando la evidencia que la sostiene es objetada y notablemente débil?

## Diseño metodológico

El diseño de los cuestionarios se realizó siguiendo las reglas de comunicación persuasiva que detalla González Reyna en su trabajo “La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones” (2018). Para investigar el cambio de opinión frente a las distintas variables, se presentó un formato idéntico para cuatro temas con variaciones en el contenido. Al ser la adolescencia una edad donde es muy común el cambio en las creencias y la búsqueda de una identidad, influenciado por las identificaciones propias de la edad y la etapa evolutiva (Aberastury, 2004), las encuestas se realizaron a personas de 18 años y en adelante. La metodología constó de tres partes compuestas por la lectura de estímulos argumentativos, para lo cual se presentaron ocho textos desarrollados por profesionales vinculados con las temáticas. Las encuestas se generaron en modalidad semi-estructurada.

La primera parte propuso al público participante responder a la que, a partir de ahora, nos referiremos como “Encuesta 1”. Allí, se le preguntó a los encuestados sobre su postura a favor o en contra de los impuestos progresivos (variable política), los planes sociales (variable política), la eutanasia (variable moral) o la cultura de la cancelación (variable cultural). La Encuesta 1 fue dividida en cuatro secciones. La primera, propuso una recolección de datos personales, a fin de determinada grupo etario y nivel de estudios alcanzado. La segunda sección cuestionó su opinión respecto a la temática seleccionada a partir de una pregunta cerrada, que habilitó como posibles respuestas “A favor”, “Totalmente a favor”, “En contra”, “Totalmente en contra” y “No sabe/No contesta”. En la tercera sección, se buscó conocer las justificaciones que sostenían lo registrado anteriormente.

Luego, el encuestado debía leer un texto argumentativo con la postura contraria a la que había indicado anteriormente. Bajo las reglas de que las personas de nivel cultural elevado prefieren que se les presenten las dos partes —a favor y en contra del tópico— y que basta exponer un solo lado de la argumentación cuando ya hay una opinión en la unidad (González Reyna, 2018), los encuestados tenían acceso a dos textos. Sin embargo, recibieron indicaciones de leer únicamente los que representaran la postura opuesta a la suya. Es decir, que si, por ejemplo, en la Encuesta 1 respondían estar a favor de la eutanasia, les correspondía leer un texto que presentaba argumentos en contra. Una vez leído el texto, respondían la segunda encuesta, a la que nos referiremos como “Encuesta 2”. Este cuestionario, similar a la Encuesta 1, sumó una sección posterior a la de justificación en la que se indagó si se produjo un cambio de opinión y, con espacio a una respuesta abierta, por qué creía el encuestado que se había generado o no tal alteración en su postura.

### La opinión y el sesgo de confirmación

La palabra opinión denota una idea, un juicio o concepto que una persona tiene acerca de algo o alguien. Involucra generalmente una interpretación, expectativa o evaluación. Operacionalmente hablando y de la manera que se

evaluarán en la investigación, las opiniones son “respuestas verbales que un individuo manifiesta ante situaciones estimulantes” (González Reyna, 2018). La opinión y la actitud son elementos en continua interacción, y los cambios en las actitudes pueden afectar el de las opiniones. Y, como a la inversa, los cambios de opinión pueden modificar la actitud general de una persona. Pero, aun estando estrechamente conectados, el concepto de opinión dista notoriamente del de actitud, por lo que resulta relevante señalar sus diferencias.

Las opiniones, entonces, constituyen una noción o impresión que se tiene de los hechos y de los acontecimientos, mientras que las actitudes son reacciones generadas en un determinado momento y frente a un determinado objeto, persona o un grupo dado. En este contexto, un estudio vinculado a “cambios de actitudes” requeriría de una investigación y metodología diferentes a las que nos proponemos en este estudio. La opinión se puede sencillamente verbalizar, mientras que la actitud está ligada —en gran parte— con lo inconsciente e implica de un análisis mucho más amplio. A lo largo de este trabajo, nos referiremos exclusivamente a la opinión.

A la hora de abordar un estudio sobre el “cambio de opinión”, resulta imprescindible incluir el término “sesgo de confirmación”. Éste refiere a la tendencia a realizar un crítico escrutinio de la información cuando no condice con nuestras creencias, mientras que acepta sin criterio todo dato que la confirma (Parla, 2015). Es, en otras palabras, la inclinación de una persona a favorecer la información que confirma sus suposiciones y a rechazar la que la contradice. Se suele hacer referencia al sesgo de confirmación en cuestiones políticas, pero el término no se limita a ello. Lo que se busca indagar a continuación es, justamente, si el sesgo se repite de la misma forma frente a temas políticos como a los culturales o morales.

## Variables

Al analizar un posible cambio de opinión, debemos considerar, definir y delimitar cada una de las variables que serán tenidas en cuenta. Se entiende como variable un constructo abstracto que hace referencia a una propiedad,

característica o elemento estudiado que puede o no tener un papel concreto sobre aquello que se esté analizando y que se presenta de tal manera que puede poseer distintos valores. Dichos valores, pueden variar en diferentes medidas en función tanto de la variable como de la situación que se esté analizando o los límites que los investigadores quieran tener en cuenta. Nos encontramos, pues, ante un concepto que aglutina las diferentes opciones o modalidades que pueden ser tenidas en cuenta respecto a una característica en cuestión, siendo dichos valores inconstantes y diferentes en distintos momentos y/o sujetos (Psicología y mente, s.f.).

Un tema puede ser entendido como cultural, social, ambiental, ético, etc. Esta característica, determinada con el contenido al que refiere los temas, son las variables de las que hablaremos de ahora en adelante. En consecuencia, resulta fundamental determinar qué constituye “un tema político” como el primero de nuestros tópicos a estudiar, y delimitar las aristas que éste puede incluir para diferenciarlo de los demás. La noción de la política oscila entre dos interpretaciones opuestas, y ninguna concepción se puede determinar como verdadera o falsa, sino que aluden a diferentes dimensiones de lo político. Cuando se utiliza de modo restringido, como en este caso, sirve para nombrar algo circunscrito a un ámbito acotado de la vida humana relacionada con el poder, el gobierno y la vida común. En cambio, el modo genérico o ampliado de la palabra política alude a rasgos que están presentes en todas las relaciones sociales (Bottarini et al. 2015).

El tópico “moral”, por su parte, constituye un criterio de regulación de la obra humana que ordena el comportamiento tanto individual (del ser humano para consigo mismo) como social (del ser humano para con los demás), buscando la perfección individual del sujeto y respondiendo simplemente a la exigencia de realizar el bien y evitar el mal (Ballesteros, 1993). La “cultura”, en tanto, puede ser entendida como la “construcción” resultante de acciones sociales concretas en procesos históricos específicos que hizo posible que el ser humano llegue a constituirse como tal. Es, al mismo tiempo, la herencia social que nos permite vivir juntos dentro de una sociedad organizada y que nos ofrece posibilidad de soluciones a nuestros

problemas (Arias, 2002). Las conductas culturales, más específicamente en línea con el tema de la encuesta, son creadas por una sociedad, compartida por un grupo social y transferibles de individuos a individuos. Con ellas, los elementos culturales cumplen la función de elementos constantes (Arias, 2002).

### Resultados de las encuestas

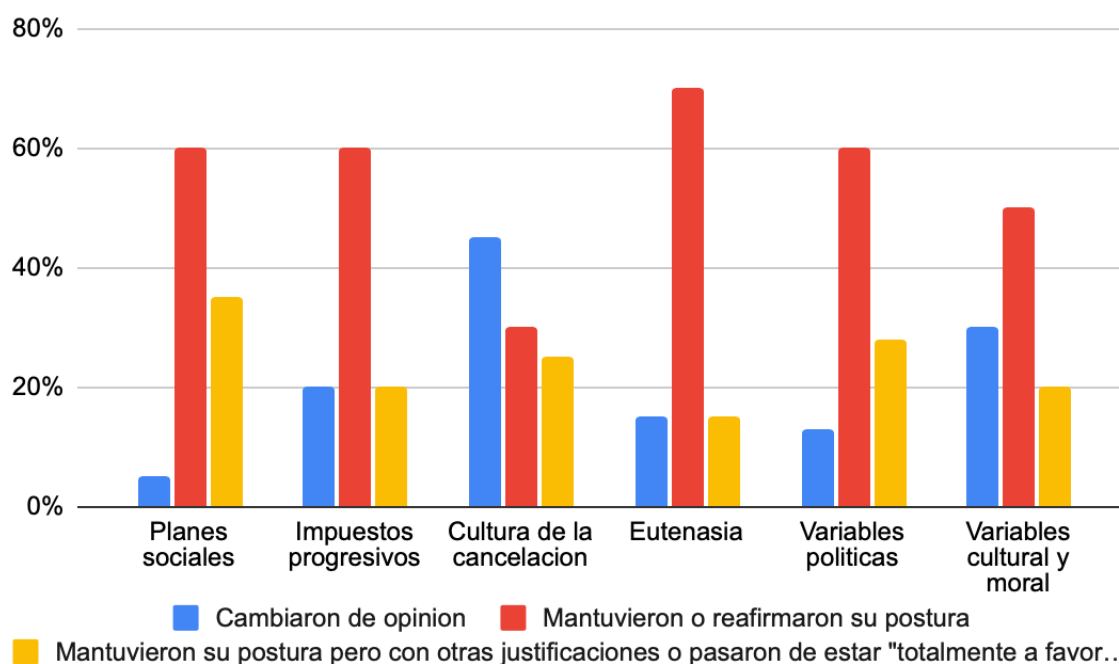
Durante el estudio, realizamos tanto una recolección de datos tanto general –sintetizando el resumen de las respuestas de cada tema– como individual, estudiando de manera detallada las 160 respuestas de los 80 encuestados. Dado el carácter de los estímulos que se enviaron en conjunto con las encuestas, la posibilidad de cambio de opinión a la que responde el siguiente análisis es de carácter inmediato.

*Tabla 1: Porcentajes de cambios de opinión por tema*

	Planes sociales	Impuestos progresivos	Cultura de la cancelación	Eutanasia	Total
Cambiaron su opinión de "A favor" o "Totalmente a favor" a "En contra" o "Totalmente en contra"	5%	15%	10%	10%	10%
Cambiaron su opinión de "En contra" o "Totalmente en contra" a "A favor" o "Totalmente a favor"	-	-	5%	5%	2,50%
Cambiaron su opinión de "A favor", "Totalmente a favor", "En contra" o "Totalmente en contra" a "No sabe/No contesta"	-	5%	10%	-	3,75%
Cambiaron su opinión de "No sabe/No contesta" a "A favor" o "Totalmente a favor"	-	-	10%	-	2,50%

Cambiaron su opinión de "No sabe/No contesta" a "En contra" o "Totalmente en contra"	-	-	10%	-	2,50%
Total	5%	20%	45%	15%	21%
Reafirmaron su opinión "A favor" a "Totalmente a favor"	-	5%	-	5%	2,50%
Reafirmaron su opinión "En contra" a "Totalmente en contra"	-	-	-	-	-
Mantuvieron su postura	60%	55%	30%	65%	52,50 %
Total	60%	60%	30%	70%	55,00 %
Mantuvieron su postura pero presentaron un cambio en sus justificaciones	35%	15%	20%	15%	21,25%
Cambiaron su opinión de "Totalmente a favor" a "A favor" o de "Totalmente en contra" a "En contra"	-	5%	5%	-	2,50%
Total	35%	20%	25%	15%	23,75 %
Personas encuestadas	20	20	20	20	80

Tabla 2: Porcentajes de cambios de opinión por tema y variables



### Análisis de resultados

El análisis de las encuestas respecto a los planes sociales demostró que la mayoría mantuvo su postura. Solo un 5% cambió de opinión. Este último fue un porcentaje notoriamente mayor cuando se trató de los impuestos progresivos, de todas formas, la mayoría también mantuvo su postura: de manera simplificada, el 80%.

Los resultados con la cultura de la cancelación no fueron tan determinantes. El 45% cambió de opinión, el 5% cambió su opinión de "Totalmente a favor" a "A favor", el 30% mantuvo su postura y el 20% lo hizo cambiando justificaciones. Lo recolectado en las Encuestas 1 y 2 de la Eutanasia resultaron más contundentes con solo un 15% de cambió de opinión. Los resultados de esta última se asemejan más a los obtenidos bajo variables políticas.

Esto se podría adjudicar a diversos motivos. Cuando se les preguntó a los encuestados por qué creían ellos que se había generado, o no, una alteración en su opinión, sus respuestas fueron variadas. Si bien hubo respuestas aludiendo a la validez del texto y la seguridad que tenían sobre su postura, muchas no mencionaban la objetividad de los argumentos sino la profundidad y delicadeza del tema y la dificultad que involucraba cambiar una postura cuando se torna personal. Esto no ocurrió frente a los otros textos, donde las respuestas estaban, casi en su totalidad, orientadas a los argumentos o a la metodología, que no permitía contra-argumentar y debatir. Los resultados llevan a pensar que la posibilidad de generar un cambio de opinión no está estrictamente relacionada con la variable y que, aun así, sería frente a las cuestiones morales donde aparece el mayor porcentaje de personas que mantienen o reafirman su postura.

De las respuestas, obtuvimos otras conclusiones del proceso que lleva a un cambio de opinión, por fuera de lo que cuestionaba la pregunta de investigación, que resulta interesante presentar. Las encuestas de la cultura de la cancelación demostraron que es más fácil generar un cambio de opinión cuando las personas tienen poco conocimiento del tema o cuando no tomaron partido a favor o en contra. El primer cuestionario tuvo los índices más altos de “No sabe/No contesta” dentro de todas las encuestas, y fue también bajo esta variable que se generaron más cambios de opinión. A partir de esa tendencia en la variable cultural, analizamos las cuatro encuestas y el resultado fue el mismo: es más fácil generar un cambio de opinión cuando no hay una postura tomada.

Tabla 3: Cambio de opinión cuando no hay una postura tomada

	Respondieron "No sabe/No contesta" en la Encuesta 1	Respondieron "A favor", "Totalmente a favor", "En contra" o "Totalmente en contra" en la Encuesta 1
Mantuvieron o reafirmaron su postura	33,33%	20%
Cambiaron de opinión	66,66%	80%

Respecto al análisis en relación con los grupos etarios, descubrimos que los adultos (entre 31 y 60 años) tienden a mantener su postura. Los encuestados de la tercera edad (61 años en adelante), opuesto a ello, parecieron ser los más propensos a cambiar de opinión. Sin embargo, no tuvieron una gran representatividad. En cuanto a los jóvenes (entre 18 y 31 años), no se destacó ninguna tendencia.

Tabla 4: Cambio de opinión en relación al grupo etario

	Jóvenes 18-30 años	Adultos 31- 60 años	Tercera edad 61 años y en adelante
Cambiaron de opinión	30%	8,89%	80%
Mantuvieron o reafirmaron su postura	40%	71,10%	-
Mantuvieron su postura pero con otras justificaciones o pasaron de estar "totalmente a favor/en contra" a estar "a favor/en contra"	30%	20%	20%
Personas encuestadas	30	45	5

Al comparar las posibilidades de generar un cambio de opinión en personas con distintos niveles de estudios, se obtuvieron diversos resultados, pero dada la representatividad de algunas muestras no resulta conveniente sacar conclusiones en todos los niveles de manera particular. Sí es posible afirmar que aquellos con un nivel de terciario completo o superior, no tendían a generar un cambio de opinión. Por otro lado, de manera concluyente, las personas con un posgrado suelen reafirmar o mantener su postura sin cambiar sus justificaciones.

*Tabla 5: Cambio de opinión en relación al máximo nivel de estudio alcanzado*

	Secundario incompleto	Secundario completo	Terciario completo	Universitari o incompleto	Universitario completo	Posgrado
Cambiaron de opinión	-	57,14%	14,27%	15%	19,35%	21,43%
Mantuvieron o reafirmaron su postura	-	14,29%	42,86%	65%	54,84%	71,43%
Mantuvieron su postura pero con otras justificaciones o pasaron de estar "totalmente a favor/en contra" a estar "a favor/en contra"	100%	28,57%	42,86%	20%	25,81%	7,14%
Personas encuestadas	1	7	7	20	31	14

## Conclusión

A lo largo de este trabajo, hemos observado y analizado los factores influyentes en el cambio de opinión. Las encuestas demuestran que no hay diferencias significativas entre las distintas variables respecto a la inclinación a que se dé un sesgo de confirmación. La posibilidad de generar un cambio de opinión no mostró estar estrictamente relacionada con la variable y los

cuestionarios por la eutanasia probaron que, incluso de ser así, sería correcto esperar que bajo temas de carácter moral, las personas se presenten menos flexibles. Es importante a la hora de generar un cambio de opinión tener en cuenta cómo afecta personalmente el tema al encuestado y su entendimiento previo del asunto. De esta forma, se considera que la hipótesis establecida fue refutada.

Si bien los estudios demostraron no haber una relación estricta y única con las variables, es correcto pensar que bajo temas políticos, las personas presentan una tendencia a sostener su postura, incluso cuando las justificaciones fueron refutadas.

## Bibliografía

Aberastury. (2004). Síndrome de la Adolescencia Normal. Paidós educador.

Bottarini, Cardinaux, Schujman y Side. (2015) Política y ciudadanía. Estrada. [https://issuu.com/macmillanar/docs/huellas-politica\\_y\\_ciudadania\\_5](https://issuu.com/macmillanar/docs/huellas-politica_y_ciudadania_5)

Di Iorio, (s.f.) Aproximaciones al concepto de representación social. [Archivo PDF].

<https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm#starred/FMfcgxwJWXStVsBVwZbdCDDXVlcRphJF?projector=1&messagePartId=0.1>

González Reyna, Susana (2018). La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones. Revista Mexicana de Opinión Pública. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4874/487457855009>

Guerrero Arias (2002) La Cultura: estrategias conceptuales para comprender la identidad, la identidad, la alteridad y la diferencia. Ediciones Abya-Yala. <https://books.google.com.ar/books?id=6AoccVUxvGQC&pg=PA59&dq=que+es+la+cultura&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi054i0z8bsAhVqGbkGHdmSDEcQ6AEwCHoECACQAg#v=onepage&q=que%20es%20la%20cultura&f=false>

Montoro Ballesteros (1993) Derecho y Moral. Universidad de Murcia.  
<https://books.google.com.ar/books?id=nB5YgRifJQwC&pg=PA8&dq=moral&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFyPKTzcbSAhXDDbkGHY04DEcQ6AEwB3oECAkQAg#v=onepage&q=moral&f=false>

Parla, M. (17 de septiembre de 2019) Psicología de las elecciones: ¿Realmente elegimos a nuestros candidatos? Psyencia.  
<https://www.psyciencia.com/psicologia-de-las-elecciones/>

Psicología y mente (s.f.) Los 11 tipos de variables usados en investigación.  
<https://psicologiymente.com/miscelanea/tipos-de-variables>