

Opinion pública

Public opinion

Julio Seoane

Universidad de Alcalá de Henares

ORCID ID 0000-0002-7149-2984

julio.seoane@uah.es

Cita recomendada:

Seoane, J. (2019). Opinión pública. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 17, 235-248.

doi: <https://doi.org/10.20318/eunomia.2019.5028>

Recibido / received: 21/05/2018

Aceptado / accepted: 22/06/2019

Resumen

Se recorre la historia de la noción de opinión pública en cinco etapas que van desde su presentación en el XVIII con la Ilustración a los nuevos modos de los social media, pasando por la institución de la opinión pública en la prensa liberal del XIX, las cuestiones de la manipulación de finales del XIX y principios del XX y su condición de lugar de la democracia en la segunda mitad del XX.

Palabras clave

Publico, prensa, *mass media*, sondeos.

Abstract

This work try to show the history of public opinion in five stages ranging from its presentation in the XVIII with the Enlightenment to its new configuration with our social media, through the institution of public opinion in the liberal press of the nineteenth century, the issues of manipulation of the late nineteenth and early twentieth centuries and its status as a place of democracy in the second half of the twentieth..

Keywords

Public, press, mass media, polls.

SUMARIO. 1. Introducción. 2. Primera fase 3. Segunda fase 4. Tercera Fase 5. Cuarta fase 6. Quinta fase.



1. Introducción

Aunque el término opinión pública tiene su origen y desarrollo a partir del siglo XVIII, es cierto que en no pocas ocasiones se ha trazado una historia mucho más larga del mismo atendiendo a sus dos términos, el de opinión y el de pública. En este sentido se ha querido ver, por ejemplo, antecedentes de nuestra comprensión de la opinión pública en Cicerón, en el *Policraticus* de Juan de Salisbury o en los *Ensayos* de Montaigne, pero lo cierto es que el modo como se compone el término va de la mano al origen de nuestra Modernidad política en la medida en que las discusiones sobre la opinión pública anteriores a la Revolución francesa se centraban sobre todo en la discusión de cómo esta tenía más que ver con la imaginación y las pasiones que con la inteligencia y el conocimiento (Speier, 2001, p. 212) o sencillamente resultaban recuerdos de aquella distinción platónica entre la opinión y la episteme.

Añadamos a ello que la misma noción de pública cambia radicalmente a partir del XVIII. Lo que continúa tratará de ser una reconstrucción del concepto de opinión pública en cinco etapas que comenzarán con su primera propuesta en el XVIII y se seguirá de su instauración dentro de las democracias liberales del XIX hasta llegar al proceso de «desintegración» de la opinión pública de nuestros días.

2. Primera fase

Lo cierto es que ningún autor ha iniciado con cierta seriedad la discusión sobre la opinión pública antes del momento en que con el movimiento que generó la Ilustración se comienzan a presentar los moldes de lo que es hoy nuestras principales asunciones sociales y políticas. Por ello vale la pena iniciar nuestro recorrido con el estudio, hoy ya clásico, que realizó Habermas sobre la noción de opinión pública en el cual adelantaba dos de las características principales que aquella ha tenido en nuestro mundo moderno.

Por un lado su imbricación con la democracia, por otro la preocupación para que fuera una opinión pública esclarecida. En cuanto a lo primero Habermas, al igual que ha sido habitual en nuestra modernidad, planteaba que el Antiguo Régimen se supera justo en el momento en que la voz no es la de un monarca que piensa en sus súbditos, sino la de los ciudadanos que deciden entre todos lo que consideran que les es más digno o conveniente.

La aparición de la ciudadanía, de la voz soberana, del pueblo y de tantas otras metáforas con las que desde hace más de dos siglos se ha tratado de nominar el hecho de que los gobiernos del mundo nuevo debían de conservar la autonomía y libertad de sus miembros, tiene su epítome en la idea de una opinión pública desde la que se han de establecer las leyes y mundos de vida más apropiados o más dignos de ser vividas por todos.

En este momento se plantea la necesidad de poder imaginar un lugar de «reflexividad social» que no fuera religiosa y es en este punto donde apareció el concepto moderno de opinión pública (Binoche, 2012, p. 35) para expresar que el cuerpo político podía realizarse en el cuadro de una serie de razonamiento inteligentes que suponían, además, la tolerancia, el hecho de que el desacuerdo podía implicar simplemente un intento de convencer mediante la razón y de «atreverse a saber».

A partir de aquí se trata de dar razón de quién es ese público que opina y qué es lo público sobre lo que se opina para proponerlo como objetivo social y político. Ni valdrá cualquier voz a no ser que deseemos un guirigay como definición de la ciudadanía, ni, por supuesto, será susceptible de atención política cualquier tema al libre capricho y voluntad de quien hable. La necesidad de que las voces que componen la opinión pública sean esclarecidas, venía motivada por el convencimiento de que la opinión podía constituirse como «conocimiento».

En este sentido, la opinión pública se puede tomar como el tribunal de la razón pues de alguna manera la «opinión» se hace deudora del proyecto de la *Enciclopedia*: todos pueden adquirir el conocimiento y una opinión válida de modo que la opinión pública se puede tomar como el tribunal de la razón. Fue así como la opinión pública se constituyó como la base de la autoridad y legitimación de las nuevas formas políticas.

En el momento que se culmina con la Revolución francesa el «centro sagrado fue reconfigurado simbólicamente: la persona pública del soberano se desplaza por la soberana persona de lo público» (Baker, 1990, p. 9) y aunque ese «todos» que se maneja en principio no va mucho más allá de unos pocos ilustrados, lo cierto es que se creó una imagen de qué fuera la humanidad que tuvo la virtud de convencer a una gran parte de la población.

Estamos justo en el momento en que aparecen numerosos escritos que tratan de afinar y cultivar el conocimiento y a poco es evidente la proliferación de cafés o de salones en los que los espíritus cultivados gustan de la conversación sosegada en la cual se mezclan opiniones, se intercambian conocimientos y, en definitiva, se tiene una idea de la razón tan humana como el modelo de la *Enciclopedia*: el conocimiento se forma simplemente por la superposición de distintos saberes, cualquiera puede acceder a ellos y eso nos hace a todos si no libres sí al menos liberados de supersticiones e imposiciones.

Es a partir de esta imagen asumida de modo casi inmediato por las nuevas clases que tratarán de desplazar al poder del rey que resultó posible imaginar que la opinión pública fuera el trasunto de una voluntad general que se formaba para defender no el interés privado sino el de todos o, en el peor de los casos, un interés privado tan general que era el de la gran mayoría (no olvidemos que ni la aristocracia ni el clero debían de ser vistos como parte del «todos»). Esta es la base desde la que hoy Habermas todavía pueda mantener la posibilidad de recoger la opinión pública como el marco dialogado en el que el interés general aflora.

No hace falta decir que este es el origen de una serie de cambios institucionales que tomaron a la opinión pública, como un factor de importancia política los cuales se consolidarían en el XIX; tampoco hace falta decir que ello fue al precio de tomar la posibilidad de que todos pudieran acceder al conocimiento como algo efectivo: la opinión ya podía dejar de ser *doxa* y se convertía en una *episteme* que podía ser pública, de todos, precisamente por aliarse con la razón de la que, en último término, era trasunto.

3. Segunda fase

Que es preciso que la opinión pública sea esclarecida es algo tan evidente que se tomó como asumido la «evidencia» de que no todos podían hablar. Una determinada formación, nivel económico, sexo o cualquier otra característica resultaba necesaria

a fin de poder enarbolar una voz que pudiera ser tomada en cuenta¹. La palabra que la opinión pública alzaba debía ser acertada, esclarecida a fin de evitar algo contra lo que ya prevenía J.S. Mill en su *Sobre la libertad*: que aquella se pudiera alzar para defender algo que no es justo, ni libre, ni verdadero ni conveniente.

Tradicionalmente ha habido dos líneas para construir este esclarecimiento. O la que apuesta por los hombres cultivados (siempre varones con formación y nivel económico estimable) o la que considera que el ser humano tiene un poso de racionalidad o es llevado por la Historia o la Naturaleza de manera que en el fondo todos suscribimos los mismos deseos y fines que proponemos con una única voz.

La primera apuesta parte de la idea de que la opinión pública es la suma o el acuerdo de diferentes voces y mayoritariamente son los pensadores liberales como Bentham y Mill quienes subrayaron los aspectos que hoy nos son más familiares a la hora de entender la opinión pública.

Estos atienden menos a la formación de una racionalidad comunicacional y se fijan más en el hecho de que en la opinión pública se reúnen individuos que intentan maximizar sus propios intereses. Y esta maximización se hace de mejor modo cuando los individuos antes que buscar una única solución tratan de llegar a un acuerdo que les permita hacer lo que la mayoría propone: la opinión pública desde esta perspectiva es una especie de mercado de ideas (Price, 2008, p. 12).

La segunda línea con la que se deseaba procurar el esclarecimiento de la opinión pública supone que existe una opinión pública que se establece con una voz que va algo más allá de la suma de las voces particulares, una voz más esclarecida que la voz de cada uno que aparece y se pronuncia suponiendo diversos expedientes (razón, naturaleza humana, Historia, etc.) que permiten que el gobierno de todos sea realmente un acierto, una verdad a seguir y no algo proclamado por mera conveniencia o capricho. Rousseau en este punto presenta, con su idea de Voluntad General, un ejemplo paradigmático.

Esta, opuesta a la voluntad de todos, nos proporciona un consenso general, pues remite a necesidades y voluntades que subyacen a nuestra humanidad hecha ciudadanía aun cuando inicialmente el particular no se perciba de ello. Así la Voluntad General es mucho más que un mero acuerdo o consenso puntual y contextual: es el corazón de la humanidad hablando.

Se ha señalado en alguna ocasión que el recurso a ideas objetivas y universales que exceden los intereses palpables de las personas es un recurso oscuro (Laporta, 2000, p. 444) y esa sospecha se adapta como un guante al caso de Rousseau. Considerar que puede existir algo así como una voluntad general que aun opuesta a nuestra particular voluntad ha de sentirse con más fuerza (o más honestidad) es algo que necesita de una cierta convicción metafísica, si no religiosa, ello es evidente. Pero ello aun diferente en su presentación, no diverge en mucho de las intenciones de quien pensó que puesto que somos seres racionales podemos pensar dentro de los parámetros universales de la razón (lo cual puede ser el caso de Kant), ni la de quienes sencillamente pensaron que la opinión esclarecida es aquella que reproduce lo que la Historia inevitablemente nos presenta. En todos estos casos se trata de distintas asunciones teóricas para cuidar de que la opinión pública sea una

¹ Habermas (1986, p. 129) habla de que ya los fisiócratas propusieron un público minoritario bien informada que formarían el conjunto de los expertos o esclarecidos quienes ejemplificarían lo que fuera la opinión pública.

voz única, sin conflictos, que se pueda escuchar con claridad y no como una algarabía de intervenciones.

Con todo, y antes de seguir adelante, no se puede dejar de advertir que es evidente que ambas posiciones se han mezclado a lo largo de la historia moderna y contemporánea a fin de lograr un objetivo común: la opinión pública es fundamental y ha de estar siempre acertada pues ha de oponerse a cualquier opinión privada, o de un rey iluminado o de un Dios.

Esta última asunción estuvo en la base de la institucionalización de las nuevas formas de gobierno en el XIX mediante la cual los sistemas liberales se hacían herederos de la concepción de opinión pública que emanaba de la Ilustración y en buena medida tomaban en ella su legitimación. A partir de aquí el arte de fomentar la opinión pública se tomó como una muy valiosa habilidad y poco a poco la opinión pública se convirtió en sinónimo de la opinión expresada por los representantes políticos del electorado (Speier, 2001, p. 218).

En buena medida esto cambia radicalmente el tono con el que la opinión pública había nacido: una vez las nuevas clases en el poder, aquellas que habían enarbolado la opinión pública como una de las fuentes principales de su legitimación (como óptimas y racionales sustitutas del rey), se intentó que la opinión fuera cualificada, que no se dijera cualquier cosa.

O mejor: se constató que las voces de los muchos en modo alguno suponían una única voz por mucho que quisiéramos imaginar una razón subyacente a todas las argumentaciones humanas. Por ello debería ser la voz de aquellos políticos que habían sido elegidos para representar a la opinión pública la que diera el verdadero significado de esta.

En no poco, ya con las revoluciones liberales (y particularmente a partir de 1848) se dan dos procesos que es menester tener en cuenta. Estos son, por un lado, la adopción del sufragio censitario masculina que permitió que se eligiera a representantes que hablaban en nombre del «pueblo» y la aparición de un proletariado obrero que comenzó a organizarse en sindicatos y organizaciones políticas y que se manifestaba en la calle (pública) con una voz diferente con lo que se ponía en cuestión no sólo la supuesta homogeneidad de la opinión pública sino, sobre todo, que esta fuera la exposición de una razón universal. Por otra parte estos dos procesos se solapan con el desarrollo de la prensa de gran tirada que de manera casi automática la consolida como el repositorio de la opinión pública, como su verdadero reflejo.

Esto que en principio tan sólo debería suponer que la opinión pública adquiere un medio para ser más extensa y dotarse de mayor publicidad (de ser más pública) lo cierto es que se tradujo realmente en que se instituyeron diferentes voces: la prensa tomó partido en la mayoría de las ocasiones (unas veces consciente de su poder como configuradora de lo público, otras sencillamente creyendo sinceramente que era la representante cierta de la opinión pública) y se terminó olvidando la imagen de la Enciclopedia como modelo de la legitimación de la opinión pública: una multitud de voces debía ser admitida. Entonces, ¿qué era en realidad la opinión pública?

Sin ser clara la respuesta, lo que resultaba para todos evidente (y no se debe olvidar que la noción de «todos» se construía al ritmo de los Estados de Derecho) era que la institucionalización de la opinión pública en los estados liberales supuso que la conversación esclarecida salía del salón y se hacía universal gracias a la prensa la cual resultó, así, la Asamblea de los hombres que reflexionan.

Lo cierto es que en todas las visiones liberales del XIX siempre se supone que la opinión pública es la actividad reflexiva de los individuos, por más que tal reflexión no genere de modo fáctico una única voz; y este es el lugar donde Habermas señaló que se abre un espacio entre el Estado y la sociedad civil en el cual los ciudadanos debaten libremente sobre cuestiones de interés general.

La opinión pública refleja una cierta racionalidad que se establece de modo libre, abierto y esclarecido (desde luego lejos de la influencia de la superstición, la irracionalidad y la tradición dogmática)². Pero cierto es también que las quejas frente a la opinión pública comienzan a aparecer con fuerza en este punto pues se hacía patente en no pocas ocasiones que esta resultaba un conjunto no reflexivo y no crítico de actitudes (no de reflexividades) que impedían que esa opinión pública pudiera ser determinada –y ameritada– por su esclarecimiento.

De hecho, la diversidad de voces comienza a sugerir que no hay un solo público, que no hay tampoco un único asunto político público y que, por ende, no hay *una* opinión pública. Entre la necesidad de las facciones que se disputarían el poder por mantenerse en los órganos de gobierno o por alcanzarlos y el surgimiento de una prensa que cada vez adquiría más poder, la queja de Tocqueville cobró pleno sentido: la opinión pública suponía amenazas a la libertad de pensamiento individual pues sedimentaba la libre concurrencia de opiniones en una opinión más general que se constituía como algo que terminaba inmovilizando a los espíritus particulares.

4. Tercera fase

Debe recordarse que la prensa, en un principio, y en boca de Bentham, era no sólo el órgano apropiado del tribunal de la opinión pública, sino también el único constantemente activo. Esto fue el origen de un giro que influyó sobremanera en el proceso de constitución histórico de la opinión pública en el cual se subrayó su valor comunicacional.

No tanto ya la cuestión de una opinión esclarecida, racional en la mayor medida que se quisiera imaginar, sino simplemente una opinión que se comunicaba y en el proceso de la comunicación es como adquiría definición y reconocimiento. Se debe notar el cambio que se muestra con claridad a poco que atendamos a las condiciones que el mundo liberal del XIX impuso para proveer al buen establecimiento de la opinión pública.

Me estoy refiriendo aquí a la exigencia de que la opinión pública necesita de (a) la libertad de expresión que inicialmente se especificaba como libertad de prensa y que suponía la posibilidad misma de expresar opiniones, (b) la publicidad que hace que la libre expresión de ideas y opiniones se desarrolle en un espacio público (Monzón Arribas, 1996, pp. 28 y ss.) y (c) la ausencia de prejuicios que posibilita que no haya opiniones que partan con alguna ventaja o que puedan prevalecer sobre las demás sin haberse expuesto ni defendido³.

Son todos, ciertamente, requerimientos que hacen llamada a la estructura comunicativa, a las condiciones formales de la constitución de la opinión pública, más

² La esfera pública burguesa que al decir de Habermas en el siglo XX se desvanece debido a la intervención creciente del Estado en todos los dominios de la vida social y el desarrollo de una burocracia y de una tecnocracia política que despolitizan a las masas neutralizando la opinión pública como elemento reflexivo que ha de señalar al Estado lo que «el pueblo» desea.

³ Es la clásica idea de J. Rawls expresada, por ejemplo, en Rawls (1995).

que al contenido de saber o de conocimiento esclarecido. Efectivamente, si durante todo el XIX la opinión pública era el resultado de la organización de las masas del pueblo que deseaban expresar su opinión, era preciso que la expresaran de alguna manera. Y esa manera fue la prensa que de este modo ofreció el medio y la completa definición de qué fuera la opinión pública: aquello que no se publicaba, no podía ser tomado siquiera como opinión por no ser público (por muy racional que pareciera).

La antigua proclama de McLuhan acerca de que el medio resulta ser el mensaje, comenzaba a fraguarse de modo inicial aunque tremendamente evidente. Y ello poco a poco cambia la noción de público crítico que era lo que se suponía alimentaba la opinión pública, lo que se forjaba en los salones y cafés, aquello que construía el hábitat donde se gestaba la razón pública. No hay que esperar mucho para que a opinión pública quede confiscada por nuevos vectores de comunicación que constituyen los medios de masas, la propaganda y la publicidad política. Es el momento en que la manipulación comienza a ir de la mano de ese espacio público «comunicado».

Efectivamente, tanto desde la sospecha liberal de Tocqueville o Mill como desde las perspectivas marxista se otorga gran relevancia a la capacidad de manipulación de los medios. Los primeros presentaron bien tempranamente el miedo a que las voces colectivas anularan bien por manipulación bien por aplastamiento, las voces particulares. Los segundos no podían dejar de considerar a los medios desde el concepto de ideología (y posteriormente de hegemonía).

Como fuere, lo cierto es que si bien la opinión pública se recogió en las primeras reclamaciones burguesas ilustradas como el medio por el cual el pueblo podía acceder al poder, en cuanto se institucionalizaron los primeros estados liberales (y también el primer estado marxista) todo el pueblo fue desconsiderado por tomarse como una masa ignorante e irracional (este era precisamente el lugar donde Tocqueville advertía el germen del despotismo de las mayorías) o una masa sin conocimiento de las condiciones materiales que la debían conducir al mejor puerto.

Realmente la queja de Althusser⁴ en este punto está más que bien asentada: en último término la opinión pública es simplemente un lugar de lucha ideológica donde la esencia de lo público es lo de menos y simplemente se trata de construir el mito del pueblo con el que se fundamentará la política ganadora. La idea gramsciana que entiende la lucha política como una batalla por la hegemonía cultural también explicaría esta guerra por la bandera de «el pueblo», que en pos de la victoria olvida cualquier concerniente por promover la antigua idea de opinión pública.

De un modo más optimista la persecución de una opinión pública esclarecida aún continuaría en el mundo liberal o en propuestas como la de Habermas que por medio de procedimientos formales para resguardar la buena reflexión conversacional tratará de evitar la manipulación; pero es evidente que ello no ha sido un esfuerzo coronado por el éxito. Posiblemente en este punto, y desde una óptica bastante diferente, tenía razón Luhman (2010) cuando consideraba que el espacio público es sólo el medio de la reflexión de la sociedad, el único espacio para que el sistema político se pueda auto-observar.

⁴ Althusser (2003) se ocupa de los medios de comunicación y la configuración que estos hacen de la opinión pública con una marcada preocupación por el hecho de que en último término su función es asegurar la reproducción de la ideología de la clase dominante. Cada aparato ideológico del Estado tiene una función y el «aparato de información» se ocupa de homogeneizar la opinión pública someténdola a lo que la ideología dominante obliga a opinar.

Lejos de ser el espacio público que en el XVIII se alzaba como el lugar donde podía residir las esperanzas de la emancipación, la participación en las tareas de gobierno y el progreso hacia una sociedad justa (una esfera intermedia que permitía al pueblo, a lo público, proponer sus reivindicaciones al sistema político), la opinión pública supone sencillamente una observación de segundo orden desde el cual se observa a los observadores (o mejor: a los electores) (Binoche, 2012, pp. 42 y ss.).

La opinión pública es el sistema político observándose y por ello en modo alguno es un «soberano racional», sino uno más de los sistemas sociales cuyo objetivo es observar todos los sistemas formando una sociedad. De tal modo la opinión pública no resulta la suma de opiniones, sino un sistema comunicacional donde las opiniones particulares, si bien son consideradas, no son determinantes pues son interpretadas según el sistema social las interpreta. En esencia es un sistema comunicacional que toma la forma que le dan los media y permite al sistema político reducir la complejidad social (pues así ya no es sólo la suma de muchos sistemas sociales) y poder tomar decisiones políticas con menos incertidud (aunque, desde luego, sin nada que ver ni con la racionalidad ni con el interés general). Por ello, concluye Luhmann el papel del pueblo o del público es meramente simbólico, un mito (un fantasma por usar la terminología que después establecerá Bourdieu) para legitimar el sistema político.

5. Cuarta fase

Tras la Primera Guerra Mundial la confianza en la opinión pública cambió. Se suele decir que en este cambio influyeron por un lado las nociones freudianas que manejaban un inconsciente que de manera oculta residía bajo toda racionalidad consciente y las asunciones marxistas que habían dejado claro que los lugares de discusión ocultaban intereses infraestructurales. A esta sospecha que debía acompañar la formación de la discusión pública se unía la evidencia que había presentado la guerra al utilizar la noción de propaganda (con el uso de la prensa «comprada», la publicidad o de un incipiente cine) de un modo tan descarnado como ajeno a cualquier racionalidad y publicidad.

A partir de este momento es imposible identificar de una forma inocente la opinión pública con la voz del pueblo. Es aquí cuando intelectuales como Lippman acuñan la noción de estereotipo por medio del cual la opinión pública se constituye y reconfigura presentando como algo evidentemente falso la noción ideal del ciudadano que puede opinar de todo (que era la base de la democracia)⁵.

Es a partir de este momento que se ve con claridad que no existe nada parecido al público esclarecido que opinaba y llegaba a algún acuerdo siquiera razonable. En este punto se puede recordar a Sartori quien distingue dos etapas en la formación de la opinión pública. La primera reconoce sus orígenes en el XVIII y se extiende hasta la aparición de la televisión y tiene una consideración de modo óptimo pues aun admitiendo los sesgos que impuso la prensa, Sartori los toma como las distintas voces que componen la opinión pública (la cual sin ser el trasunto de la racionalidad, sí es el lugar donde se pueden dar acuerdo más o menos razonables).

⁵ Y puesto que no hay posibilidad de opinión esclarecida, la democracia se ha de entender como élites gobernantes (elegidas, eso sí, pero evitándole el público la incomodidad de opinar sobre los asuntos de gestión del gobierno).

La segunda etapa, a partir de la difusión de la televisión, es una época donde son muy pocas las personas informadas y competentes capaces de ejercer tareas de gobierno y ni siquiera llegar a comprender las distintas complejidades de tales tareas. Esto último está en la línea de lo ya señalado por Lippman, sólo que aquí se subraya el carácter comunicacional: tal pobreza de información proviene de la televisión que consigue que «la democracia se convierta en un sistema de gobierno en el que son los más incompetentes los que deciden» (Sartori, 1998, p. 125).

En efecto, si con la prensa siempre se podía imaginar que la voz autorizada podía ser la de un «experto» (recordemos el caso de Zola y su «J'accuse»), la televisión sugiere que cualquier voz es válida, aun cuando esté falta de información y experiencia.

La idea de Sartori estira nociones habituales en el mundo liberal, pero lo hace de manera más sangrante pues no se trata de seguir la idea de Popper según la cual no existe un mítico «hombre de la calle»⁶, sino de subrayar que no es tanto que haya muchas voces que deban ponerse de acuerdo, es que las voces son tremendamente poco cualificadas y en principio parece que si hay un acuerdo a nadie preocupa que tal sea por lo verdadero, lo más acertado o lo más correcto.

A lo anterior hay que apuntar, en esta fase del desarrollo de la opinión pública, el surgimiento de los sondeos de opinión que asumen que la mejor manera de palpar lo que realmente es la opinión pública (la fragmentación de la verdad que Popper asumía) son las encuestas. A partir de Gallup, Roper y Crossley las encuestas, los sondeos, resultarán el medio práctico de aprender lo que la nación piensa (Gallup y Rae, 1940, p. 5) conformando una línea que se expandió durante la Segunda Guerra Mundial cuando el gobierno de los EE.UU. usó de psicólogos, politólogos y sociólogos interesándose en el proceso de cambio de opinión⁷.

Lo que realmente resultó de esta dedicación a los sondeos fue que la concepción de opinión pública se hizo más técnica, cuantitativa y, sobre todo, despreocupada por la esencia de lo que fuera la opinión pública. Si no es sencillo tener claro quién es el público y ni siquiera donde está el índice de esclarecimiento, la solución pasa por atacar el problema de manera «científica» y considerar a la opinión pública como aquello que podemos presentar, medir y calibrar.

Lo paradójico de este cambio es que los sociólogos tradicionales siempre se habían opuesto a este tipo de consideración mensurable de la opinión pública. Bien desde la perspectiva de Durkheim, que consideraba que no era posible tomar la conciencia colectiva como la suma de conciencias individuales, bien desde la visión de Marx que asumía que la conciencia queda determinada por condiciones materiales de existencia y son estas últimas las que hay que estudiar, la sociología previa a las dos grandes guerras no imaginaba que el sondeo pudiera decir nada de la opinión pública. Y por ende de nuestros sistemas democráticos.

Pero lo cierto es que hoy es ya un hecho que la reflexividad del público sólo es aquello que se puede expresar y medir, y que resulta fútil preocuparse por qué sea tal opinión pública o cuáles fueran sus características formales pues resulta mucho

⁶ Y por ello apuesta por una por una noción fragmentada de verdad que nunca pensara que pudiera haber una verdad del público (el cual nunca había existido). Cfr. Su *Conjeturas y refutaciones* (cap. 17: Opinión pública y principios liberales).

⁷ A partir de la fundación en 1935 del primer instituto de opinión (el *American Institute of Public Opinion*) creado por George Gallup, este tipo de visión de la opinión pública ha homogeneizado cualquier consideración de la misma siendo cierto, como veremos, que hoy no es claro en cuanto presentan la opinión pública o la determinan.

más adecuado y científico simplemente establecerla en aquellos parámetros que la pueden medir, que la pueden presentar tal y como es. De un modo objetivo.

En el siglo XX la opinión pública sufre un proceso de matematización y contabilidad para asegurar su científicidad y con el fin de evitar que la opinión pública sea simplemente lo que un determinado periódico propone o la voz de un político que se instituye como la voz del pueblo, se opta por presentar la voz de la calle. ¿Una voz reflexiva? ¿Una voz informada? Ahora la concepción de la opinión pública se despreocupa de si es *doxa* o *episteme*; esta vale por su voz (por su voto). Si la democracia es la participación en el gobierno de la voz del público, parece lógico pensar que es en el reflejo de tales voces como se da cumplida cuenta de la democracia más óptima. Poco habría que objetar aquí si no fuera porque ciertamente la medición, el reflejo o simplemente la fotografía de lo público nunca resulta un asunto realmente objetivo y aséptico.

Esa al menos es la idea de Bourdieu para quien la opinión pública tal y como los sondeos la pretenden recoger, y tal y como los politólogos pretenden analizarla, es sólo un artefacto, una construcción⁸. La idea de Bourdieu comienza de manera polémica pues asegura que en realidad en la edad burguesa no se ha inventado el espacio público que siempre existió en las aldeas o en las ciudades; lo que se ha inventado es su fantasma al conformar una idea que ha establecido una publicidad esclarecida que tiene como virtud la neutralización efectiva del espacio público el cual puede ser excesivamente anárquico.

Creo que si recordamos la multitud de voces que comenzaron hablando en la Asamblea Nacional a poco de decapitar al rey-padre, entenderemos esto pues eran las mujeres de los panaderos, los tenderos de París, los curtidores, etc., quienes deseaban presentar peticiones particulares ante el universo de discurso de la Asamblea. De tal modo era imposible establecer una única voz y la opinión pública tenía mucho de esa opinión que la antigüedad clásica y medieval había proscrito por considerarla una algarabía. Pues bien, para Bourdieu, el fantasma de la opinión pública neutraliza el espacio público y adquiere, con ello, una función ideológica al asegurar la gobernabilidad de las masas.

En lo que toca expresamente a los sondeos de opinión, Bourdieu afirma que existen tres postulados controvertidos en la idea de las encuestas: El primero es la idea de que todo el mundo tiene una opinión pues, efectivamente, no todo el mundo está interesado en lo que le preguntan y se puede afirmar que los sondeos llevan a gente que no le interesa un asunto a tener una opinión sobre el mismo. La segunda asunción controvertida es el convencimiento de que todas las opiniones valen lo mismo lo cual ignoraría la evidencia de que sobre determinados asunto hay opiniones más expertas que otras.

El tercer postulado objetable es suponer que los sujetos a los que se pregunta al final pueden llegar a un consenso, pues, en efecto, los sondeos suponen un «efecto de imposición de la problemática» que hacen que se pongan sobre el tapete cuestiones que ciertamente no eran siquiera cuestionadas con lo que al final parece que interesa lo que quienes plantean los problemas quieren que interese y se llega a acuerdos sobre cuestiones que jamás habían planteado desacuerdos o simplemente

⁸ Efectivamente, Bourdieu en una conferencia dictada ya en 1972 bajo el título de «*L'opinion publique n'existe pas*», señaló que son estos institutos de opinión los que crean realmente la opinión pública por medio de expresarla de manera cuantitativa (Bourdieu, 2003).

ni siquiera se habían planteado como cuestiones que debieran suscitar algún tipo de consenso.

Para Bourdieu la encuesta de opinión trata a la opinión pública como una simple suma de opiniones individuales recogidas ante una situación que realmente es creada por la misma encuesta. Una suma que se refleja en un guarismo más o menos fijo que olvida que las opiniones están dentro de diferentes relaciones y conflictos, que pueden alterarse ante tales conflictos y que, en definitiva, son una lucha entre diferentes esclarecimientos. A través de los sondeos desaparece esta relación de fuerzas y se expresan simplemente diferentes planteamientos sin relacionarlos unos con otros.

Por otro lado, las encuestas de opinión tienen una cualidad performativa puesto que no pocas veces fuerzan una opinión sobre cuestiones sobre las que el individuo no tiene formada ninguna opinión (y por tanto previamente a la encuesta su voz no formaba parte de la opinión pública). La capacidad performativa supone que se obtienen datos que previos a la encuesta no existían, datos que son tomados por los organismos de gobierno como reflejo de una opinión a la que hay que dar respuesta; de tal modo se dan respuesta a demandas que previamente no eran tales con lo que se puede concluir que los sondeos construyen una ilusión democrática desde una apariencia «científica».

En buena medida esta idea de Bourdieu es repetida por Champagne (2015) quien sostiene que los sondeos suponen una desposesión de la posible «voluntad» del público pues los institutos de opinión, los politólogos y la prensa han reemplazado una entidad metafísica vaga, la opinión pública como trasunto de una opinión esclarecida, por una entidad no menos metafísica que tiene como ventaja que puede ser medida. Con la instauración de los sondeos de opinión, la opinión pública sufre una desposesión, la que se olvida de su esclarecimiento y la plantea simplemente desde una perspectiva cuantificable, mostrable con un solo expediente o con una clara presentación.

Lejos de preocuparse por «qué sea» la opinión pública, se la establece en aquello que cuantificablemente se presenta como opinión pública. De este modo el interés ya no es si tienen razón los burgueses, los obreros o la prensa, sino simplemente dar por hecho que hay una línea de opinión pública que es la que se puede establecer con su muestra en una medición realizada por un sondeo. El recurso al sondeo aporta una nueva legitimidad: el conocimiento de la opinión y el olvido de la discusión sobre su esclarecimiento o racionalidad.

Eso sí, la opinión pública siguen siendo el hilo de legitimidad de la actuación política, es la voz del pueblo y por ello el mundo de la política (y de lo político) adquiere una posición subordinada a los sondeos. En último término quizá no fuera muy descabellado acudir aquí a la noción de hegemonía y de luchas por la misma: las opiniones y relaciones de opiniones quedan establecidas desde los conflictos de fuerza entre grupos y nada tienen en común con la idea de opinión pública que alzó como estandarte nuestra modernidad.

Como fuere, lo cierto es que a partir de aquí «el público» se banaliza y la opinión pública deja de ser reflexión y se convierte en meros datos lo cual reafirma la afirmación de Tocqueville según la que cuanto más iguales son los individuos más tienden a creer en la masa; en este sentido los sondeos crean en verdad la opinión pública al presentar a los individuos planteamientos claros y mayoritarios. ¿Se pierde así la base de la fundamentación democrática?

Ciertamente eso parece; al menos se cambia en mucho la noción de opinión pública. Bernard Lacroix (1988) hace tiempo afirmó convincentemente que los sondeos erosionan las creencias necesarias para el funcionamiento de los procesos electorales en la medida en que, como señaló Whiteley (1987) en un trabajo de análisis ya clásico, aquellos que tienen las convicciones más frágiles no las fortalecen con la reflexión, sino con los sondeos. El signo de los tiempo parece imponerse en este punto y es necesario redefinir todos los asumidos básicos de nuestra Modernidad y, por repetir las palabras de Patrick Champagne aquí se presenta la formación de una ilusión democrática proporcionada por los sondeos: la política supone construir de antemano una comunicación eficaz a fin de competir en el mercado político de la manera más adecuada.

Como la opinión pública ya no es sino lo que se mide por encuestas de opinión, resulta que los procesos con los que se pulsa tal opinión la terminan construyendo; ello significa que realmente ni siquiera se puede pensar que las elecciones y acuerdos partan de una respuesta libre e individual, sino que más bien son una respuesta creada performativamente.

6. Quinta fase

Lo cierto es que la opinión pública aunque diversa puede verse si bien no como un trasunto de la racionalidad pública, sí al menos, de un modo más sencillo y realista, como el lugar donde los ciudadanos aunque no entienden de política le dicen a los políticos lo que les importa. Por ello es lógico que hoy la mayoría de los investigadores comunicacionales, politólogos o sociólogos, consideren que la opinión pública es sólo la agregación de opiniones individuales tal y como las reflejan los sondeos de opinión y ya no caben debates de calado teórico o con interés normativo pues se consideran como discusiones no científicas: se apuesta por las preferencias del público antes que por ver cuál es la esencia o la verdadera naturaleza de la formación y cambio de la opinión pública (Herbst, 1993, p. 142).

Quizá la solución sea acudir, como señala Herbst, a la idea de conversación, tal y como lo han hecho Tarde, Habermas o Gamson, pero la conversación es algo difícil de estudiar, es dinámica y complicado establecer (sin asunciones teóricas previas) cuando se conversa de manera admisible o no; pero, sobre todo, la conversación no tiene nada que ver con los lugares donde hoy se configura la opinión pública los cuales son espacios donde no es menester que predomine la reflexión o el interés por atender al otro (Herbst, 1993, p. 144).

En este punto hay que decir que progresivamente los sondeos de opinión se extienden a lugares mucho más allá de las cuestiones políticas o sociales hasta el punto de que es el mundo de la publicidad, la promoción del marketing o la creación de nuevos productos el que hace uso extensivo de los mismos. Asistimos en los últimos tiempos a un proceso por el que la opinión pública deja de ser un asunto eminentemente político y se constituye como un proceso de medición cultural y de consumo.

En suma, si en el origen la opinión pública resumía el debate entre los ciudadanos preocupados por lo político, ahora los sondeos construyen la opinión pública sólo como fotografía de diferentes opiniones en un momento dado. Una fotografía que hoy es diversa y ni siquiera aspira a proponerse como la fotografía definitiva. En este sentido el desarrollo de las nuevas tecnologías han borrado las fronteras entre los media (Chaffe y Metzger, 2001) y tanto los *mass media* como los

social media ahora son indispensables en la consideración de la opinión pública que, de este modo, se constituye simplemente con su exposición a un público muy determinado y en cierto modo conformado por los medios técnicos que generan y cuidan las diferentes redes sociales. Algo que obliga a replantearse la opinión pública y la misma esencia de la democracia es la aparición y consolidación de redes sociales a través de las cuales la opinión pública abandona por completo su carácter de reflexión esclarecida sobre el mundo político y se convierte en un asunto que camina según los vaivenes y propuestas de aquellas redes que proponen temas sobre múltiples «tópicos».

Si se analiza con calma se podrá ver que en la opinión pública en un principio se solapaban dos sentidos de opinión: un sentido subjetivo que hacía referencia a la opinión del público (García Sanz, 1990, p. 18) y otro sentido objetivo que refiere a la opinión sobre lo público (Tarde, 1986, p. 43-77). Y lo podían hacer porque toda la palabra pública que tenía alguna relevancia era una palabra del público que opinaba sobre lo público.

En nuestros días este solapamiento inocente ha cambiado pues la publicidad de las opiniones hoy no tiene una dimensión prioritariamente política. Con la aparición y consolidación de las nuevas tecnologías y las redes sociales no son pocas las voces que se alzan para difundir opiniones a través de diferentes medios lo que nos lleva ya a entender como opinión pública simplemente la aparición de un mensaje de la comunicación independientemente de si su objeto es lo público o no (García Sanz, 1990, p. 226) por más de que aún existan teóricos que no consideren opinión pública si no se expresan mensajes con importancia para el conjunto de la organización política (Heller, 1981, p. 191).

Ciertamente el carácter político no desaparece por completo pues no pocas veces los asuntos que se pulsan son de carácter social y político, pero queda dentro de un magma que muestra la tremenda diversidad de esferas en las que establece el mundo de lo público en nuestros días. A decir verdad, el individuo hoy se encuentra parcelado y fragmentado dentro de un mundo público extremadamente diverso, multiforme y despreocupado por ser esclarecido o por apuntar a una sola «realidad» (o verdad).

Si en un inicio la opinión pública trataba de ser la voz pública de los individuos que intentaban dar su punto de vista sobre el mundo social que les tocaba vivir, ahora no es sino una voz preformada que se sitúa más bien en un hábitat tremendamente líquido y que no tiene ni fuerza individual ni aspiraciones a durar más de lo que una mera opinión merezca.

La opinión pública se forma de una manera ya no despreocupada por la verdad, sino incluso sin ningún prejuicio por mentir o interés por disfrazar la mentira. Es un tópico en este punto señalar el caso de las elecciones en los EE.UU. en las que salió elegido el actual presidente Donald Trump o el referéndum que aprobó el Brexit, casos ambos que remarcan que el campo de la opinión pública hoy implica una nueva consideración donde la palabra, la conversación, no tiene por qué tener un compromiso de verdad con aquello que dice (compromiso sí tiene que tener, pero con lo que podríamos llamar un espíritu de equipo, identitario) ni un deseo de exposición preocupado porque lo expuesto tenga algún contenido de verdad, racionalidad o conocimiento.

En este punto no hay que olvidar que hoy los media son grandes corporaciones con intereses económicos y sociales; no hay que olvidar tampoco que entre la opinión de los ciudadanos y el gobierno se han construido un complejo

sistema de intermediarios bajo la forma de partidos políticos, *mass media*, Parlamentos, ayuntamientos, poder ejecutivo, etc. (Leka y Kosumi, 2017, p. 47).

Y por ello la pregunta que hoy surge es sencilla: ¿qué ocurre cuando la opinión pública entendida a la ilustrada desaparece y lo que se avanza es el «sentimiento popular»? (Lukács, 2018) y, sobre todo, si la opinión pública fue el fantasma sobre el que se construyó nuestra democracia, ¿cómo mantenerla sin tal imagen?

Bibliografía

- Althusser, L. (2003). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
- Baker, K.M. (1990). *Inventing the French Revolution*. Cambridge Reino Unido : Cambridge University Press.
- Binoche, B. (2012). Opinion publique. Idéologie et ideologie. *Scienza & Politica*, 25(47), pp. 33-42.
- Bourdieu, P. (2003). *Cuestiones de sociología*. Madrid, España: Istmo.
- Chaffee, S.H. y Metzger, M.J. (2001). The End of Mass Communication. *Mass Communication and Society*, 4(4), pp. 363-379.
- Champagne, P. (2015). *Faire l'opinion*. Paris, Francia: Les Éditions de Minuit.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, España: Taurus.
- Gallup, G. y Rae, S.F. (1940). *The Pulse of Democracy: the Public-opinion Poll and How it Works*. Nueva York, Estados Unidos: Simon and Schuster.
- García Sanz, R.M. (1990). *El derecho a opinar libremente*. Madrid, España: Eudema.
- Habermas, J. (1986). *Historia y crítica de la opinión pública*. Ciudad de México, México: Gustavo Gili.
- Heller, H. (1987). *Teoría del Estado*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Herbst, S. (1993). History, Philosophy, and Public Opinion Research. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 140-145.
- Lacroix, B. (1988). A quoi servent les sondages?. *Revue de science administrative de la Méditerranée occidentale*, 22(23), pp. 123-146.
- Laporta, F. (2000). Poder y derecho. En E. Garzón Valdes, y F. Laporta (eds), *El derecho y la justicia* (Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía, vol. 11). Madrid, España: Trotta.
- Leka, D. y Kosumi, B. (2017). The Impact of Democracy in the Media and Public Opinion. *Acta Universitatis Danubius. Communicatio*, 11(2), pp. 39-52.
- Luhmann, N. (2010). *La realidad de los medios de masas*. Madrid, España: Anthropos.
- Lukacs, J. (2018). The End of Liberalism. *The American Scholar*, 87(3), pp. 38-43.
- Monzón Arribas, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid, España: Tecnos.
- Price, V. (2008). The Public and Public Opinion in Political Theories. En W. Donsbach y M.W. Traugott (eds.), *The SAGE Handbook of Public Opinion Research* (pp. 11-24). Londres-Los Angeles, Reino Unido: SAGE.
- Rawls, J. (1995). *Liberalismo político*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Speier, H. (2001). Historical Development of Public Opinion. *Analisi. Quaderns de Comunicació I Cultura*, 26, pp. 209-221.
- Tarde, G. (1986). *La opinión y la multitud*. Madrid, España: Taurus.
- Whiteley, P. (1987). The Accuracy and Influence of the Polls in the 1983 General Election. En I. Crewe y M. Harrop (eds.), *Political Communications* (pp. 312-324), Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.