



Jornades de Foment de la
Investigació

**LA CONCRETIZA-
CIÓN DE LA
OPINIÓ PÚBLICA
LATENTE**

Autors

Magdalena MUT.
Eva BREVA.
Vicenta HERNÁNDEZ.

La noción de opinión pública surge en el ámbito de la filosofía liberal durante los siglos XVII y XVIII con las aportaciones de pensadores como John Locke, David Hume o Jean-Jacques Rousseau. Durante el siglo XIX tomó auténtica forma con la llegada de la burguesía. Ahora, en el siglo XXI la opinión pública ha cristalizado en un ente supranacional con vida propia. La opinión pública se ha materializado en un movimiento social a escala planetaria, donde jamás la humanidad y su opinión tuvo tanta presencia. Millones de personas en las etapas previas a la guerra contra Irak y tras el inicio del conflicto (20 de marzo de 2003) concretizaron la opinión pública latente de forma continuada, mostrando al mundo que existen unánimes actitudes frente a un tema social o político o económico. Ahora la opinión pública es capaz de organizarse y anunciarse, y toda esta situación significa el advenimiento de la población mundial al poder político de sus países (y de los demás países) y anuncia una reducción de los poderes estatales mediante la incidencia directa en los asuntos públicos de la libre discusión de los particulares a escala mundial.

¿QUÉ EVIDENCIA TODA ESTA SITUACIÓN?

1. Que la atención sobre la "opinión pública" cambia.

Si hubo en la historia un momento crucial en el que creció el interés por el estudio de la opinión pública debido a la aparición y consolidación de las instituciones democráticas gracias al acceso del ciudadano a la vida política mediante la generalización del derecho al voto y mediante los recursos diversos que permiten la libre expresión y circulación de las ideas en una sociedad democrática, de nuevo se ha producido un momento crucial, cuando ha salido la opinión pública de su habitual hábitat político-social-económico-geográfico y se ha manifestado a nivel mundial. Las *megamanifestaciones* prueban que la sociedad deja de tener un papel pasivo en los asuntos mundiales y pasa a formar parte activa y efectiva en la dirección estratégica de la política mundial.

2. Qué el ámbito de la "opinión pública" cambia.

En la actualidad asistimos a una globalización completa dónde los incidentes son locales a la vez que internacionales, afectando a todo el orbe, sobre todo los incidentes negativos. Todo ello es debido exclusivamente al trabajo de los medios de comunicación que informan al público de lo sucedido en lugares que hace unos años consideraríamos remotos y hoy en día parecen estar al lado. Estos incidentes acaban vinculando a los gobiernos de otros países y, junto a él, los ciudadanos de esos países y sus opiniones públicas. Ya lo dijo Marshall McLuhan en su *Understanding Media* al hablar de la era mecánica apuntaba:

“Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación. (...) En la edad eléctrica en la que nuestro sistema nervioso se ha extendido tecnológicamente hasta implicarnos con toda la humanidad e incorporarla toda en nuestro interior, participamos necesaria y profundamente de las consecuencias de todos nuestros actos. Ya no es posible adoptar el distante y disociado papel del occidental alfabetizado.

El Teatro del Absurdo dramatiza este nuevo dilema del occidental, del hombre de acción que parece no estar implicado en la acción. Éste es el origen y el atractivo de los payasos de Samuel

Beckett. Tras tres mil años de explosión especialista y de creciente especialización y alineación en las extensiones tecnológicas del cuerpo, nuestro mundo, en un drástico cambio de sentido, se ha vuelto agente de compresión. Eléctricamente contraído, el globo no es más que una aldea. La velocidad eléctrica con que se juntaron todas las funciones sociales y políticas en una implosión repentina ha elevado la conciencia humana a la responsabilidad en un grado intenso”¹.

Por tanto el ámbito de la opinión pública ha cambiado. Mientras en otra época la atención del ciudadano estaba concentrada sobre todo en los problemas locales, hoy día debe hacer frente a problemas de dimensiones globales. Intervienen en la formación de opiniones que van desde las cuestiones de la localidad, el Estado y la Nación, hasta los problemas de la guerra y la paz mundial, el comercio internacional y la organización mundial.

¿QUÉ REFLEXIÓN NOS DEJA TODA ESTA SITUACIÓN NUEVA?

Como resultado de todo este maremagno al que nos hemos visto abocados por la reciente actualidad, han surgido nuevas dificultades:

1. En el proceso democrático porque los gobiernos se han dado cuenta que deben atender la opinión de su ciudadanía de una forma más directa y constante en los periodos interelectorales. Por tanto ha llegado el momento en que se dé un paso más allá en la democracia, en la participación de todos en el gobierno de una nación (en incluso en las actividades mundiales haciendo valer su postura a través de los gobiernos); puesto que la opinión pública es un árbitro, una conciencia, casi diríamos que es un tribunal, sin embargo está desprovisto, bien es cierto, de todo poder jurídico². La opinión pública es temible y a tener en consideración pero, actualmente, sin poder inmediato y real, pues es una fuerza anónima, a menudo una fuerza política, pero esta fuerza no está prevista por ninguna constitución.

El Nóbel José Saramago en un artículo donde explayaba sus pensamientos sobre la nueva situación que vivimos a raíz de la Guerra contra Irak iniciada el 20 de marzo de 2003 comentaba:

“(…) será precisamente en el marco de un sistema democrático general como más probabilidades tendremos de llegar a la consecución plena o al menos satisfactoria de los derechos humanos. Nada más cierto, con la condición de que el sistema de gobierno y de gestión de la sociedad al que actualmente llamamos democracia fuese efectivamente democrático. Y no lo es. Es verdad que podemos votar, es verdad que podemos, por delegación de la partícula de soberanía que se nos reconoce como ciudadanos con voto y normalmente a través de un partido, escoger nuestros representantes en el Parlamento; es cierto, en fin, que de la relevancia numérica de tales representaciones y de las combinaciones políticas que la necesidad de una mayoría impone, siempre resultará un Gobierno. Todo esto es cierto, pero es igualmente cierto que la posibilidad de acción democrática comienza y acaba ahí. El elector podrá quitar del poder a un Gobierno que no le agrada y poner otro en su lugar, pero su voto no ha tenido, no tiene y nunca tendrá un efecto visible sobre la única fuerza real que gobierna el mundo, y por lo tanto su país y su persona: me refiero, obviamente, al poder económico, en particular a la parte del mismo, siempre en aumento, regida por las empresas multinacionales de acuerdo con estrategias de dominio que nada tienen que ver con aquel bien común al que, por definición, aspira la democracia. Todos sabemos que así y todo, por una especie de automatismo verbal y mental que no nos deja ver la

cruda desnudez de los hechos, seguimos hablando de la democracia como si se tratase de algo vivo y actuante, cuando de ella nos queda poco más que un conjunto de formas ritualizadas, los inocuos pasos y los gestos de una especie de misa laica. Y no nos percatamos, como si para eso no bastase con tener ojos, de que nuestros Gobiernos, esos que para bien o para mal elegimos y de los que somos, por lo tanto, los primeros responsables, se van convirtiendo cada vez más en meros comisarios políticos del poder económico, con la misión objetiva de producir las leyes que convengan a ese poder, para después, envueltas en los dulces de la pertinente publicidad oficial y particular, introducirlas en el mercado social sin suscitar demasiadas protestas, salvo las de ciertas conocidas minorías eternamente descontentas...

¿Qué hacer? De la literatura a la ecología, de la guerra de las galaxias al efecto invernadero, del tratamiento de los residuos a las congestiones de tráfico, todo se discute en este mundo nuestro. Pero el sistema democrático, como si de un dato definitivamente adquirido se tratase, intocable por naturaleza hasta la consumación de los siglos, ése no se discute. Mas si no estoy equivocado, si no soy incapaz de sumar dos y dos, entonces, entre tantas otras discusiones necesarias o indispensables, urge, antes de que se nos haga demasiado tarde, promover un debate mundial sobre la democracia y las causas de su decadencia, sobre la intervención de los ciudadanos en la vida política y social, sobre las relaciones entre los Estados y el poder económico y financiero mundial, sobre aquello que afirma y aquello que niega la democracia, sobre el derecho a la felicidad y a una existencia digna, sobre las miserias y esperanzas de la humanidad o, hablando con menos retórica, de los simples seres humanos que la componen, uno a uno y todos juntos. No hay peor engaño que el de quien se engaña a sí mismo. Y así estamos viviendo”³.

Si la sociología de la comunicación de masas constituye el marco general para el estudio de la opinión pública, la comunicación política es el campo específico en el que, al converger distintas corrientes y disciplinas, podemos encontrar la visión más acertada de la misma⁴.

Actualmente en la comunicación política impera la imagen, el carisma o las dotes de persuasión como cualidades que se buscan o se crean en los líderes políticos, cualidades que han de ser expuestas a los ojos del gran público a través de la representación y el ritual de los medios de comunicación. No hay comunicación directa entre políticos y ciudadanos, sino entre imágenes y expectativas representadas en el escenario de los medios. El hombre público se ha convertido en actor y las técnicas del mercado (marketing, publicidad, persuasión, etc.), trasladadas con relativa facilidad y éxito a la vida política, le han ayudado a dar espectáculo y representación.

Esta situación ha llevado en la actualidad a la creación de nuevos problemas dentro de la comunicación política relacionados, por ejemplo, con la infravaloración de la opinión pública (al ser aceptada como un objeto de manipulación o un referente lejano y vacío de contenido), la infravaloración de otras fuentes de producción política y cultural extrapartidistas y extrainstitucionales, sobrevaloración de la *política de imagen*, exceso de mensajes políticos y escasa exposición a los mismos por las audiencias o el uso acrítico e indiscriminado de géneros lingüísticos sin examinar las consecuencias en el receptor. El análisis de éstos y otros problemas que rodean a la comunicación política, nos hace estar atentos sobre los usos de un concepto –el de la opinión pública–, que puede quedar como un simple rótulo de referencia, vacío de contenido y con realidad aparente en una sociedad de formas e imagen.

2. En la elaboración de opiniones porque cada uno de nosotros, como persona, no puede cubrir el área total de sus intereses. Tenemos que depender entonces de fuentes indirectas y secundarias de

información e interpretación, y nuestros datos e inferencias son modificados por quienes nos los proporcionan a través de los diarios, la televisión y la radio.

Por tanto, los medios de comunicación de masas tienen un papel principal, donde la prensa, la televisión y la radio actúan como un instrumento esencial para la formación de los diversos estados de opinión pública. Los estudios sobre opinión pública nos dejan algunas definiciones que corroboran esto:

“Se trata de un número de personas dispersas en el espacio, que reacciona ante un estímulo común, proporcionado por medios de comunicación indirectos y mecánicos”⁵.

“A decir verdad, el público como grupo efímero y disperso en el espacio, es la criatura engendrada por nuestros notables medios mecánicos de comunicación”⁶.

“Estado de conciencia colectiva en lo referente a determinados asuntos, al que llega una comunidad a causa de la presión que recibe, principalmente a través de los medios de comunicación”⁷.

Catástrofes como la guerra de Irak, o el Prestige (que encendió la mecha), han trasladado el Parlamento a la calle y también, la calle ha sido metida en el Parlamento de la mano de la oposición. Entre la población las tertulias se acaloraban, los ciudadanos discutían tomando café, toda España parecía casi un club jacobino. Pero por ser así la manifestación de la opinión pública, corre el riesgo de ser pasajera e inocua.

Todo esto ha de servir de reflexión también a la sociedad en general, para no volver a la apatía política y a la comodidad, al adormecido compromiso político, al pensamiento débil, a la identidad global.

Desgraciadamente entre los ciudadanos y los partidos políticos carecemos de cuerpos intermedios que sean los sostenedores cotidianos de las tensiones públicas, los recogedores y canalizadores de las opiniones públicas: Clubes, asociaciones, gabinetes de estudios, fundaciones no partidistas.

Por tanto, es necesario establecer cauces para la sensatez y la razón.

Y Otra reflexión:

Para Humberto Eco los políticos, los educadores, los científicos de la comunicación creen que para controlar el poder de los *mass media* es preciso controlar dos momentos de la cadena de la comunicación: la fuente y el canal⁸.

De esta forma se cree poder controlar el mensaje, por el contrario, así sólo se controla el mensaje como forma vacía, ya que, en su destinación, cada cual llenará con los significados que le sean sugeridos por la propia situación antropológica, por su propio modelo cultural.

Eco dice que la batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación sino en el lugar a donde llega. Por esta razón, habrá que aplicar en el futuro a la estrategia “*una solución de guerrilla*”⁹. Debemos ser capaces de imaginar unos sistemas de comunicación complementarios que nos permitan llegar a cada grupo humano en particular, de la audiencia universal, para discutir el mensaje en su punto de llegada, a la luz de los códigos de llegada, confrontándolos con los códigos de partida. Todo esto con el objeto de proponer una acción para incitar a la audiencia a que controle el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación.

Que estas guerrillas de la comunicación sean: Una manifestación complementaria de las manifestaciones de la comunicación tecnológica, la corrección continua de las perspectivas, la verificación

de los códigos, la interpretación siempre renovada de los mensajes de masas. El universo de la comunicación tecnológica sería entonces atravesado por grupos de guerrilleros de la comunicación, que reintroducirían una dimensión crítica en la recepción pasiva.

En definitiva el retorno a la responsabilidad individual.

BIBLIOGRAFÍA

- ECO, Umberto. *La estrategia de la ilusión*. Editorial Lumen. Barcelona 1998.
- MCLUHAN, Marshall. *Comprender los medios de comunicación*. Las extensiones del ser humano. Editorial Paidós. Barcelona 1996.
- RAMONET, Ignacio. *La golosina visual*. Editorial Debate S.A.. Madrid 2000
- RODA FERNÁNDEZ, Rafael. *Medios de comunicación de masas*. Ed. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid 1989.
- YOUNG, K. y otros. *La opinión pública y la propaganda*. Paidós. Buenos Aires.
- SAUVY, Alfred. *La opinión pública*. Editorial Oikos-Tau. Barcelona 1971
- MONZÓN, Cándido. *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Editorial Tecnos. Madrid 1996.
- TARDE, Gabriel. *La opinión y la multitud*. Taurus Comunicación. Madrid, 1986

ANOTACIONES

- ¹ M. MCLUHAN. *Comprender los medios de comunicación*. Las extensiones del ser humano. Editorial Paidós. Barcelona 1996. Pág. 320
- ² A. SAUVY. *La opinión pública*. Editorial Oikos-Tau. Barcelona 1971. Pág. 36
- ³ laopinionpublica.com. 10 abril 2003
- ⁴ C. MONZÓN. Editorial . *Opinión Pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Editorial Tecnos. Madrid 1996. Pág. 66
- ⁵ A. SAUVY. *La opinión pública*. Editorial Oikos-Tau. Barcelona 1971. Pág. 103
- ⁶ K. YOUNG. y otros. *La opinión pública y la propaganda*. Paidós. Buenos Aires. Pág. 43
- ⁷ C. MONZÓN. *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Editorial Tecnos. Madrid 1996. Pág. 87
- ⁸ U. ECO. *La estrategia de la ilusión*. Editorial Lumen. Barcelona 1998. Pág. 143.
- ⁹ U. ECO. *La estrategia de la ilusión*. Editorial Lumen. Barcelona 1998. Pág. 145.