

Opinión Pública

Introducción.-

Es indubitable hoy en día que la llamada “voluntad del pueblo” se ha convertido en la norma suprema para evaluar la acción de los gobiernos contemporáneos. Como bien sostiene Benjamín Ginsberg, “en las democracias [...] se juzga el valor de las políticas del gobierno en relación con la popularidad de sus responsables públicos”¹, y por esta razón se preocupan tanto los detentadores del poder como los deseosos de alcanzarlo por ser favorecidos por esa mágica y casi mística fuerza que se denomina usualmente “opinión pública”. Como consecuencia, se generan y evalúan centenares de encuestas, las candidaturas a los cargos públicos se resuelven por la persona que mejor “mide” en las mismas, e incluso determinadas políticas de Estado se resuelven de acuerdo a los resultados de estas evaluaciones. ¿Sería bueno una reducción impositiva, un aumento en el presupuesto en seguridad, invertir en energía nuclear? Midamos qué es lo que opina la gente...

Las palabras “opinión pública” pueden ser halladas en escritos y discursos de la más diversa índole: desde las más especializadas obras de filósofos, sociólogos, historiadores y juristas a los más llanos artículos periodísticos o panfletos y disertaciones políticas. Sin embargo, encontrar un concepto único, o que satisfaga al menos a los académicos avocados al tema, resulta una empresa, sino imposible, realmente ardua². Lo que es más,

¹ GINSBERG, Benjamín, *La transformación de la opinión pública a través de las encuestas*, en *La opinión pública*, coor. Nicole D’Almeida, La Crujía, Tucumán, 2012, Pág. 69.

² Recuerda Noelle-Neumann en la “La espiral del silencio” que “a mediados de los años sesenta un profesor de Princeton, Harwood Childes, emprendió la tediosa tarea de recoger definiciones y encontró cincuenta distintas en la literatura existente”. Imagínese, cincuenta conceptos distintos para una misma idea. En

la pregunta muchas veces carece de valor cuando, bajo una mirada pragmática o crítica, se discute si realmente existe eso que se llama, comúnmente, opinión pública.

Esto último no debe meritarse como trivial. Pensadores de gran talla, como Jürgen Habermas o Pierre Bourdieu, han negado la existencia de la opinión pública tal como es presentada hoy día, reduciéndola a una justificación o discurso del poder. Aun así, no dejando de ser esto cierto, el concepto de opinión pública sigue siendo utilizado, examinado, ponderado y criticado y es por ello que tratar este tema -de la opinión pública- resulta necesario para echar luz sobre el contexto social en que vivimos y comprender de manera cabal sus diversos aspectos. Lo que sí quizá no se requiera es encontrar una definición exacta, una conceptualización dada ahora y para siempre -recuérdese que definir a veces aclara pero a su vez limita-, bastando con entender y afirmar su existencia y referir, eso sí, sus efectos en la realidad social. El objetivo del presente trabajo es mostrar de manera sintética, pero lo más completa posible, algunas de las miradas más interesantes que se han desarrollado respecto a esta temática. Así, hemos optado por los análisis de Gabriel Tarde, Pierre Bourdieu, Jürgen Habermas, Carlos Cossio y Elisabeth Noelle-Neumann.

Gabriel Tarde: la opinión pública como objeto de estudio.-

“Gabriel Tarde es sin duda alguna el primer sociólogo que se ocupa, explícitamente, de la Opinión Pública como un ámbito de estudio propio de la Sociología, o más exactamente -como él mismo apunta repetidamente- de la Psicología Social.”³ En efecto, fueron muchos los autores que, incluso desde la antigüedad, se han abocado al análisis de este fenómeno social que hoy podemos caracterizar efectivamente como “opinión pública”, sin embargo, este tratamiento fue siempre aislado o secundario, más como una parte integrante de una temática más amplia o bien como un efecto o consecuencia de

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós, 2010, Trad. Javier Ruíz Calderón, Pág. 43.

³ BAIGORRI, Artemio, *Gabriel Tarde, el gran miedo burgués (L'opinion et la multitude)*. Opinión pacífica.

otros fenómenos más importantes⁴. El trato de Tarde es sustancialmente distinto a lo hasta entonces esbozado, es un análisis particular de la opinión pública, dirigido exclusivamente a ésta y con una explicación y estudio netamente sociológico.

Gabriel Tarde fue un autor olvidado, si se quiere, durante mucho tiempo. Su rivalidad con un joven Durkheim y el monopolizador desarrollo del pensamiento de este último en Francia a lo largo del tiempo eclipsaron al viejo jurista y sociólogo, relegándolo a la posición de "precursor", nombrado apenas en las notas y citas de las obras del propio Durkheim y sus seguidores. Sin embargo, su redescubrimiento como inspirador de modernos análisis -como la teoría de las redes, el desarrollo de la microsociología o la idea de diferencia deleuziana- y la reedición de algunas de sus obras, han recuperado el pensamiento de este autor que contribuyó más de lo que comúnmente se cree a la criminología, la psicología social y la sociología. Valga simplemente recordar que fue uno de los primeros pensadores en sostener de manera vehemente que la conducta y la creencia individual de los individuos están determinadas en gran medida por el medio en que se desarrollan en su infancia y juventud a través de la imitación.

Ahora bien, antes de ingresar al análisis específico de su obra *L'Opinion et la foule* [La opinión y la multitud] (1901), en la cual trata pormenorizadamente el tema que nos convoca, vale hacer dos consideraciones previas que resultan útiles para su cabal comprensión. La primera, respecto al contexto social en la que la obra se gesta y el desarrollo teórico de ese momento; la segunda, en referencia al pensamiento general de Tarde, atento sus preocupaciones principales como sociólogo se imprimen de manera nítida sobre su idea de opinión pública -o lo que es lo mismo, su idea de opinión pública es una parte de su teoría social-.

⁴ Entre dichos autores podemos nombrar desde los impostergables Platón o Aristóteles hasta diversos autores de la modernidad como Locke, Rousseau o Alexis de Toqueville.

En cuanto al primer punto, amerita recordarse que en la Francia de finales del siglo XVIII toma forma y repercute enormemente el primer movimiento de la Psicología Social con Gustave Le Bon, Pascal Rossi e incluso el propio Gabriel Tarde. Esto resulta fundamental, ya que Tarde no fue antitético a este movimiento, por el contrario, lo conformó y profundizó, aunque con algunas diferencias -sobre las que volveremos- en cuanto al punto que aquí nos compete.

Destaca Dupréel que, para Le Bon y Rossi, "la idea principal es que los hombres reunidos en una multitud constituyen un sujeto mental, un alma específica, de la que emanan fenómenos psicológicos comparables, pero irreductibles, a los de la psicología de los individuos"⁵. Es decir, que tratan a los grupos sociales como una conciencia única; no como verdaderos sociólogos -al menos bajo la lente que instaurará Durkheim tiempo más tarde- sino a la manera de biólogos o psicólogos.

Estos autores parten del presupuesto claro de que las masas están en general más dispuestas al mal que al bien, lo cual lleva a Baigorri a sostener que "en realidad, el objeto de su preocupación no eran las masas, un concepto, sino su encarnación: el proletariado"⁶. "Se trata de un pesimismo antidemocrático"⁷ -destaca en igual sentido Dupréel- en el cual se sentían aún fuertes los ecos de la Comuna de París y la proliferación de las grandes agrupaciones sólo significaba una cosa a la burguesía: el avance del socialismo y del comunismo. Para Le Bon y Rossi compete, en fin, a los psicólogos (a ellos mismos) diagnosticar los problemas que padecen las multitudes, y las soluciones (sic) a esos problemas.

Por su parte, Tarde "coincide en la demonización de las masas populares (a las que, en el mejor de los casos, considerará como un estadio primitivo en la evolución social), así como en la preocupación por las acciones de las organizaciones obreras, a las que

⁵ DUPRÉEL, Eugène, *Opinión Pública, o la multitud a distancia (en La opinión Pública)*. Op. Cit. Pág. 25.

⁶ BAIGORRI, Op. Cit.

⁷ DUPRÉEL, Op. Cit. Pág. 25

sistemáticamente incluye en la categoría de sectas criminales”⁸. No obstante lo cual, modifica la posición puramente psicologista: “a Gustave Le Bon, que ve en nuestros tiempos la edad de las multitudes, Tarde le responde que eso significa atribuir al presente lo que fue propio del pasado. Nuestro tiempo, por el contrario, es el de la opinión pública”⁹.

Pero antes de ingresar directamente en esta idea, no debemos olvidar la segunda consideración planteada anteriormente. Decíamos que el desarrollo de la idea de opinión está teñido por su teoría social general, la cual descansa en las leyes de imitación, oposición y adaptación -resultando la primera la más común e importante de todas-. De esta manera, “para Tarde, el interés por el peso de la opinión en las sociedades modernas remite a un tema característico: el poder de sugestión de las elites y la capacidad imitativa de las masas, característica general de toda vida social”¹⁰.

Con estas dos consideraciones claras: la visión negativa de las masas y la imitación como gran determinante de conductas, nos prestamos, ahora sí, al análisis de la idea tardeana de opinión pública.

Referíamos antes que por oposición a sus contemporáneos, Tarde distinguía claramente entre multitud y público (opinión). La multitud se basa en el contacto físico entre sus miembros, necesitando además de un instrumento insustituible: el dirigente¹¹. Asimismo, se trata de agrupaciones en cierto sentido primitivas y en su mayor medida

⁸ BAIGORRI, Op. Cit.

⁹ DUPRÉEL, Op. Cit. Pág. 26, en el mismo sentido Baigorri, quien dice que frente a la multitud, Tarde opone “los públicos”.

¹⁰ SAZBÓN, Daniel, *La Sociología de Gabriel Tarde*, posfacio de TARDE, Gabriel, *Las Leyes Sociales*, Gedisa, Barcelona, 2013. Pág. 167.

¹¹ BIGORRI, Op. Cit.

inclinadas hacia el odio, aunque Tarde destaca que puedan también inclinarse hacia el amor.

Por su parte, el Público es para Tarde el modelo de asociación destinado a suceder a la multitud en un esquema positivo de evolución social. El público surge de las multitudes, "está constituido por una multitud [pero] dispersa, en la que la influencia de las conciencias unas sobre otras se ha convertido en una acción a distancia, a distancias cada vez más grandes"¹². Se trata de "una colectividad puramente espiritual, como una dispersión de individuos, físicamente separados y entre los cuales existe una cohesión sólo mental"¹³. Cohesión que, en las sociedades modernas, en las que se instaura el reino de los públicos, son los medios de comunicación de masas (el periódico únicamente en la época de Tarde) quienes la mantienen¹⁴.

Aquí es necesario destacar que público y multitud no son conceptos antinómicos, sino que responden a una idea de evolución social¹⁵. Así, Dupréel es sumamente claro cuando expresa que "Tarde no duda en ver [...] una evolución unilineal y universal. Las multitudes son sociedades primitivas, originales, mientras que la opinión pública es una, general, separada de otras muchas tendencias y condiciones particulares, ligada al lugar, al nivel o los niveles, a los intereses; es el acuerdo social del futuro"¹⁶.

Como detalle, vale rescatar que a pesar de que Tarde se incline claramente a favor de los públicos y de la opinión pública -no sólo por la propia idea de evolución que establece sino también porque el mismo favorece a los caracteres y opiniones individuales

¹² TARDE, Gabriel. Op. Cit. Pág. 41

¹³ Ibidem. Pág. 43.

¹⁴ BAIGORRI, Op. Cit.

¹⁵ No hay ni en latín ni en griego una palabra que responda al moderno significado de público, porque durante toda la antigüedad lo máximo que puede alcanzarse a detectar, según Tarde, son auditorios. Y todavía en la Edad Media son auditorios, cuando no multitudes, quienes siguen a los grandes predicadores. No es posible el concepto de público antes del desarrollo de la imprenta, en el siglo XVI, y de hecho no surge antes de la época de Luis XIV, en el siglo XVII.

¹⁶ DUPRÉEL, Op. Cit. Pág. 27.

más sobresalientes, es decir, al individuo- también realiza una crítica del público, a quien en un momento califica, brillantemente -y de manera adelantada para su época- como nada más que una especie de clientela comercial, destacando así la retroalimentación entre el publicista y el público y entreviendo ya algunas características de la sociedad de consumo y de los más modernos análisis de los *mass media*.

Tarde define la opinión (y habla explícitamente de opinión pública) como "una agrupación momentánea y más o menos lógica de juicios que, respondiendo a problemas planteados actualmente, se encuentran reproducidos en numerosos ejemplares, en las personas de un mismo país, de un mismo tiempo y de una misma sociedad." La misma aparece como la mente o el alma al cuerpo -el mismo Tarde así lo expresa-, y si bien no abandona la primigenia idea psicologista -en tanto la opinión es un conjunto de juicios- también le añade un claro sentido sociológico, ya que la opinión se da entre las personas de un mismo país, de un mismo tiempo y de una misma sociedad, esto es: dentro de un contexto social determinado.

Pero más importante que la propia definición, que como cualquier conceptualización resulta tantas veces de difícil convencimiento, nos interesa rescatar del pensamiento tardeano dos cuestiones: la primera, cómo se forma la opinión pública para el pensador francés; la segunda, la influencia de la misma en el colectivo social y en la conducta de las personas.

En cuanto a cómo se conforma o genera la opinión pública, Tarde brinda una respuesta compuesta y dice que la misma puede gestarse a través de la conversación, la correspondencia o la prensa. Ahora bien, aun cuando la prensa resulta fundamental para describir la opinión pública -en ese entonces, reiteramos, sólo la prensa escrita-, para el autor la misma requiere siempre de la conversación. Lo que es más, para Tarde tanto la correspondencia como la prensa no son más que formas evolucionadas de la

conversación, la primera a distancia a través de cartas, la segunda como una conversación pública entre emisor y lector:

"el periódico es una carta pública, una conversación pública que, teniendo su origen en la carta privada, esto es, en la conversación privada, pasó a convertirse en su regulador fundamental y en su suministrador de contenidos más abundante, uniforme para todos en el mundo entero, con cambios profundos de un día a otro. Ha comenzado por ser, solamente, un eco prolongado de las conversaciones y las correspondencias, y ha terminado por constituir la fuente casi única que alimenta a unas y otras"

De esta manera, para Tarde, "ese enorme poder que es el "espíritu público", el estado de opinión, es la resultante magnificada que él denomina la "relación social elemental", es decir, la conversación"¹⁷. El por qué de este razonamiento es fácilmente deducible si apelamos, como ya hemos advertido al principio, a la propia teoría social tardeana. La radical importancia dada a la conversación tiene su razón en su ley de la imitación -lo que es más, la opinión pública no es más que una imitación a distancia-. Esto lo advierte también Baigorri, quien cita al propio Tarde y nos recuerda que para él "la conversación es [...] el agente más poderoso de la imitación, de la propaganda de sentimientos, así como de ideas y de modos de acción"¹⁸.

Así las cosas, y entrando ahora en los efectos de la opinión pública sobre el colectivo social, hemos visto que Tarde enseña, por primera vez, que los simples lectores de un mismo periódico no dejan de ser una multitud distanciada espacialmente pero conectada mentalmente. Es decir, que "a través de los medios de comunicación se genera una verdadera conexión intermental entre los lectores, una "sugestión a distancia" que permite que ideas y creencias se reproduzcan y amplíen en cientos de semejantes, aun cuando no sean conscientes de la influencia que se ejerce sobre ellos. Así, cualquier lector de un

¹⁷ SAZBÓN, Op. Cit. Pág. 168.

¹⁸ BAIGORRI, Op. Cit.

periódico está en conexión con una masa de lectores similares, en comunión espiritual a partir del debate de los mismos temas".¹⁹

De acuerdo a Baigorri, Tarde establece tres ideas que influyen en las personas y que pueden determinar su pensamiento y el devenir de la historia: la tradición, la razón y, modernamente, la opinión pública. Con tradición, "Tarde alude al conjunto de opiniones, prejuicios e ideas en general que subsisten por vía de la herencia como legado de los muertos y cuya imposición a los vivos se vuelve muchas veces una carga. Con la razón - término que el propio autor considera precario- alude tanto al conjunto de juicios personales como de relaciones que caracterizan a la fracción de una sociedad -élite- y cuya posición aislada y superior al resto de la sociedad le permite dirigirla y encauzarla".²⁰ Entre ambas, contra ambas o actuando conjunta, e indistintamente, con la tradición o la razón, la opinión pública -ese conjunto de juicios momentáneo sobre un tema actual- se yergue como una fuerza social que se impone y que, siempre a través de la imitación que le subyace, determina el accionar de los hombres.

Vemos así que Tarde da el puntapié inicial y nos brinda un interesante análisis:

"la comunicación entre los individuos comienza primero de manera dispersa y desarticulada, en charlas privadas, en cafés o salas de reunión, para terminar en esa inmensa agrupación abstracta y soberana que es la opinión pública, que se supone como un poder que termina doblegando las voluntades más fuertes, obligándolas a pensar y actuar en su dirección".²¹

¹⁹ SAZBÓN, Op. Cit. Pág. 168.

²⁰ NOCERA, Pablo, *Masa, Público y Comunicación. La recepción de Gabriel Tarde en la primera sociología de Robert Park*. Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas Nro. 19, 2008.

²¹ SAZBÓN, Op. Cit. Pág. 169.

Para finalizar, hemos de destacar que el gran hallazgo de Tarde es el de tratar a la opinión pública como un objeto de estudio, como algo a analizar, criticar, repensar. Aun cuando, como precursor, muchas de sus ideas han sido hoy modificadas, revisadas y hasta descartadas, la lectura de su obra sigue brindando herramientas que permiten hoy observar problemas de la actualidad bajo un prisma académico, en especial la cuestión de la conversación -tópico muchas veces abandonado en la sociología- o la prensa como elemento que mantiene y desarrolla la opinión pública. Por ejemplo, a la ya mentada idea del público como clientela, piénsese que, si un periódico no hace sino imitar el pensamiento de una élite -la que escribe y publica- en la masa, cuánto poder puede lograr un periódico de gran tirada -o un medio complejo hoy día- y cuan peligrosa puede ser a una sociedad el monopolio de la comunicación.

Las encuestas de opinión, su auge y crítica: Pierre Bourdieu.-

El verdadero auge de la opinión pública tiene fecha y lugar: los Estados Unidos de la década de 1930; y una razón social clara: su (supuesto) método de conocimiento -la encuesta de opinión-. Tal ha sido el ingenio y la eficacia de estas herramientas psico-sociológicas, que durante mucho tiempo en el ámbito académico, e incluso hoy por hoy en el sentido común, los resultados de las encuestas y la opinión pública son expresiones utilizadas en forma casi idéntica. Así, la opinión respecto a las cosas más frívolas -v. gr. el 60% de los hombres prefieren mujeres morochas- o las cuestiones más delicadas y sensatas -v. gr. el 70% de las personas no está de acuerdo con la minería a cielo abierto - , se determinan, miden y piensan a la manera que lo hemos hecho: un mero porcentaje.

El reino de las matemáticas, las ciencias exactas y el positivismo han sido determinantes a este respecto. Expresa Ginsberg que "esta presunción a favor de las encuestas de opinión proviene tanto del carácter científico como representativo de las mismas. La base científica de las encuestas por muestreo son las ciencias exactas y ofrece, como mínimo, la impresión de sofisticación técnica y de objetividad científica"²². En igual

²² GINSBERG, Op. Cit. Pág. 73

sentido, Wolton refiere que durante mucho tiempo “[lo] cuantitativo absorbió lo cualitativo hasta incluso descalificar cualquier otro tipo de reflexión. El resto de discursos eran “literarios” o “subjetivos”, y las encuestas, por el contrario, “objetivaban” la opinión pública, la racionalizaban y, eventualmente, se convertían en “teoría” de la opinión pública”²³.

Relata Reynié, que la estadística se inicia en Alemania a través de los trabajos de Hermann Conring y de Gorrfried Achewall. Sin embargo, una reorientación decisiva y casi inmediata se realizó en Inglaterra a partir de William Petti, quien introdujo el término “aritmética política”²⁴. Pronto estalló un conflicto entre la estadística alemana, que se basó en datos no cuantitativos, y la aritmética política, que utilizaba datos numéricos. Si bien no entraremos en esa disputa, baste con saber que la pulseada la ganó, como puede simplemente deducirse de lo antes dicho, la aritmética política, es decir, la cuantificación.

De acuerdo a este primer movimiento, que se sitúa entre fines del siglo XVII hasta la primera mitad del siglo XIX, los datos registrados se destinaron en principio para conocer y gobernar. En ese momento, “son principalmente una herramienta para el Estado: estadísticas sobre las condiciones de vida de los trabajadores, el nivel de los salarios o las huelgas; informaciones para la elaboración de leyes, de reglamentaciones sociales, etc.”²⁵ Luego, el censo como fuente de conocimiento y generadora de actos de gobierno no desaparece, puesto que existe hoy en día, pero se desdobra y da vida a una segunda preocupación, la de la publicación. En el último tercio del siglo XIX surge la idea de que las estadísticas no deben ser reservadas a la elite ilustrada y gobernante, sino devolverse

²³ WOLTON, Dominique, *Opinión Pública y audiencia: en defensa de una reconstrucción teórica de los medios, del público y de la comunicación (en La Opinión Pública)*. Pág. 128.

²⁴ REYNIÉ, Dominique, *Medir para reinar (en La Opinión Pública)*. Págs. 39 y siguientes.

²⁵ REYNIÉ, Op. Cit. Pág. 41.

sintetizadas a través de la publicación. De esta manera, a esa primera construcción política de la opinión pública, le sigue una construcción académica o científica, y hoy por hoy, una construcción consumista o de mercado.

Existen muchas críticas sobre las encuestas de opinión. Politólogos, sociólogos e incluso periodistas siembran dudas sobre su verdad, su eficacia, su objetividad. Sin embargo, no existe crítica más demoledora (en el buen sentido de la palabra) que la ensayada por el célebre Pierre Bourdieu.

Siempre polémico, en el título de su reconocida conferencia de 1972 -luego publicada en *Les temps modernes* y posteriormente incluida en su obra *Cuestiones de Sociología*- nos adelanta y sintetiza su idea central: la opinión pública no existe. En dicha conferencia, el sociólogo francés va más allá de las críticas comunes, o ya ensayadas entonces: da por sentado, por ejemplo, que en la actualidad el desarrollo técnico de las encuestas logran una representatividad suficiente, o también que muchas veces se condiciona la respuesta mediante la forma de hacer la pregunta -tal el caso de cuando se brinda la misma respuesta bajo enunciados distintos-. Sin embargo, el fin propuesto por Bourdieu es claramente otro, su crítica es más profunda y no se dirige a la encuesta como un deficiente -que podría llegar a ser perfectible- método para conocer la opinión, sino a las raíces sociológicas de las mismas, a la errónea identificación de encuesta y opinión pública que, como se dijera anteriormente, las personas parecen poner de sobresalto como una verdad absoluta.

En su conferencia, Bourdieu comienza cuestionando tres postulados sobre los que se apoyan las encuestas y que se dan por supuestos: primero, "que toda encuesta de opinión supone que todo el mundo puede tener una opinión; o, en otras palabras, que la producción de una opinión está al alcance de todos"; segundo, "se supone que todas las opiniones tienen el mismo peso" ; tercero, "en el simple hecho de plantearle la misma pregunta a todo el mundo se halla implícita la hipótesis de que hay un consenso sobre

los problemas, en otras palabras, que hay un acuerdo sobre las preguntas que vale la pena plantear”²⁶ .

En cuanto al primer postulado, esto es: el supuesto de que todo el mundo tiene o debe tener una opinión respecto a todos los temas, se logra, de acuerdo a Bourdieu, ignorando los no-contesta de las encuestas. En efecto, el hecho de que haya gente que no responda a la pregunta formulada denota ya que las personas muchas veces no tienen una opinión formada -o bien que no quieren ofrecerla-, sin embargo, tales datos no son incluidos en los resultados finales que se publican. Además, el sociólogo francés llama la atención respecto a la poca o nula trascendencia que se le da a ese porcentaje que no responde en los distintos análisis y recuerda, por ejemplo, que en su gran mayoría los porcentajes de no-contesta son mayores en mujeres que en hombres, y que los mismos varían sensiblemente cuando se trata de encuestas de saber.

Respecto al segundo postulado: que las opiniones tienen todas el mismo peso, Bourdieu destaca distintos principios que permiten desmitificar esta cuestión. Entre ellos, que las personas a la hora de responder una encuesta y de emitir una opinión, están determinadas por lo que él llama competencia política -lo cual refiere a una suerte de capacidad para leer la cuestión política, por ejemplo, saber que no existe una sola izquierda y que existen, en cambio, numerosas divisiones internas, comparable con la capacidad estética de distinguir distintos estilos de un mismo pintor-, el ethos de clase - un sistema de valores implícitos que las personas interiorizan desde la infancia y a partir del cual generan respuestas a problemas extremadamente distintos- y finalmente el interés que se tiene sobre la problemática planteada²⁷. De esta manera, e

²⁶ BOURDIEU, Pierre, *Cuestiones Fundamentales de Sociología*, Trad. Enrique Martín Criado, Akal/Itsmo, Madrid, 2011. Pág. 220.

²⁷ *Ibidem* Págs. 225 y 226.

independientemente del valor o completitud de los principios de análisis propuestos, lo importante es que Bourdieu echa por tierra la idea de que las opiniones de las personas valen todas lo mismo, siendo que existen innumerables factores socio-culturales que llevan a sopesar las opiniones de manera distinta. Verbigracia, dos sociólogos pueden tratar el fútbol como fenómeno social, pero sólo aquel que lo practique o mire consuetudinariamente tendrá una opinión fundada sobre qué formación y qué jugadores poner en campo, o si un equipo ha jugado bien o mal.

El tercer supuesto es sin dudas el de más fructífero análisis y el que atrapa la mayor atención del sociólogo francés. Recordemos que el mismo refiere a un aparente consenso respecto a la problemática planteada, esto es, que existe un consenso sobre las preguntas y los temas que merecen una opinión.

En este sentido, Bourdieu comienza subrayando que los institutos de opinión, esto es, quienes hacen las encuestas, están determinados no sólo socialmente sino también por ciertos intereses. "Las problemáticas que se le imponen a este tipo de organismos [dice] están profundamente ligadas a la coyuntura y dominadas por un tipo determinado de demanda social"²⁸. Pero Bourdieu es mucho más específico: "las problemáticas que proponen las encuestas de opinión están subordinadas a intereses políticos"²⁹.

En igual sentido, Benjamin Ginsberg expresa que "...las encuestas rescatan la opinión de los ciudadanos sobre cuestiones que han sido seleccionadas por un organismo externo -los patrocinadores de la encuesta- más que por los propios sondeados. Así, las encuestas reducen el control que los ciudadanos tienen sobre la agenda de expresión de su propia opinión"³⁰. Las personas terminan "opinando" de acuerdo a lo que los que subvencionan las encuestas quieren.

La consecuencia más clara y evidente es que los resultados de las encuestas dan una engañosa representación de la agenda de preocupaciones públicas, en tanto lo que los

²⁸ Ibidem, Pág. 221.

²⁹ Ibidem, Pág. 222.

³⁰ GINSBERG, Op. Cit. Pág. 84.

patrocinadores quieren saber puede distar bastante de las verdaderas preocupaciones de los ciudadanos. Ginsberg da un ejemplo sumamente esclarecedor: en el año 1970 Estados Unidos se caracterizó por los conflictos raciales y la protesta pacífica contra la guerra de Vietnam (hubo al menos cuarenta manifestaciones de cada tipo); sin embargo, el Sondage National Gallup -uno de los principales institutos en Norteamérica dedicados a las encuestas- sólo dedicó el cinco por ciento de sus encuestas a esos dos temas³¹.

Esto nos enseña algo importante: a no engañarnos -o no ser engañados-: "las encuestas plantean, en general, cuestiones que son de interés para sus clientes y para quienes compran sus resultados: los periódicos, los candidatos políticos, los organismos gubernamentales, las empresas, etc."³² La opinión pública, en el tratamiento dado por las consultoras, no dejan de ser un producto del mercado.

De esta manera, y retornando luego del paréntesis a Bourdieu, el mismo sostiene de manera tajante que "la encuesta de opinión es, en el estado actual, un instrumento de acción política; [cuya] función más importante consiste en imponer la ilusión de que existe una opinión pública como sumatoria puramente aditiva de opiniones individuales; en imponer la idea de que existe algo que sería como la media de las opiniones o la opinión media"³³. La supuesta opinión pública que se refleja en periódicos en porcentajes, es un "simple y puro artefacto cuya función es disimular que el estado de la opinión en un momento dado es un sistema de fuerzas, de tensiones, y que no hay nada más inadecuado para representar el estado de la opinión que un porcentaje"³⁴.

³¹ *Ibidem*, Pág. 85.

³² *Ibidem*.

³³ BOURDIEU, Op. Cit. Pág. 222.

³⁴ *Ibidem*.

Inmediatamente Bourdieu llega al núcleo duro de la cuestión: como “todo ejercicio de fuerza va acompañado de un discurso cuyo fin es legitimar la fuerza del que la ejerce” -lo que nos remite a su idea de violencia simbólica-, la opinión pública no es más que eso: un discurso legitimador de la fuerza. “He aquí [dice el sociólogo] el efecto fundamental de la encuesta de opinión: constituir la idea de que existe una opinión pública unánime y, así, legitimar una política y reforzar las relaciones de fuerza que la sostienen o la hacen posible”. Y luego dice, en un esclarecedor pasaje: “el hombre político es el que dice “Dios está de nuestra parte”. El equivalente de “Dios está de nuestra parte” es hoy en día “la opinión pública está de nuestra parte””³⁵.

Bourdieu da cuenta de que las encuestas de opinión tratan a la opinión pública como una simple suma de opiniones individuales, lo cual es erróneo. Se trata al individuo como si el mismo aisladamente pudiera opinar, cuando “en las situaciones reales, las opiniones son fuerzas y las relaciones entre opiniones son conflictos de fuerza entre los grupos”³⁶. Es por esta razón que insiste en que:

“...la opinión pública no existe, al menos bajo la forma que le atribuyen los que tienen interés en afirmar su existencia... existen, por una parte, opiniones constituidas, movilizadas, de grupos de presión movilizadas en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados; y por otra, disposiciones que, por definición, no son opinión si se entiende por tal [...] algo que puede formularse discursivamente con una cierta pretensión a la coherencia”³⁷.

En síntesis, hemos visto que Bourdieu desmitifica las encuestas de opinión, las desliga totalmente de su identificación con la opinión pública y las desnuda, demostrando lo que verdaderamente son: un discurso del poder.

Jürgen Habermas: la opinión pública como crítica.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ *Ibidem*, Pág. 229.

³⁷ *Ibidem*, Pág. 232.

El pensamiento de Jürgen Habermas resulta muchas veces de difícil acceso. De prosa compleja por momentos, con un sustento bibliográfico enorme y avocado al análisis profundo de temas sumamente controvertidos, sus distintas obras han sido objeto de alabanza, revisión y crítica, pero jamás relegadas. No en vano las características referidas también se vislumbran en el tema convocante de este trabajo; los estudios habermasianos de la "opinión pública" resultan de obligado tratamiento.

En este sentido, intentaremos ahora la ardua tarea de lograr una síntesis de las ideas centrales que Habermas asume de la opinión pública. Para ello, hemos de referirnos primero a su obra *Historia y crítica de la opinión pública*, que aparece por primera vez en 1962, y luego a *Facticidad y validez*, publicada treinta años más tarde, cuidando de brindar una somera introducción a ambas que ayude a su cabal entendimiento. Vale destacar aquí que entre ambos trabajos se opera un hecho fundamental en el pensamiento habermasiano: la construcción de su "acción comunicativa" -catalogada sin dudas como su mayor aporte académico y sobre el que obligadamente volveremos más tarde de forma sintética-. Valga por ahora referir que el desarrollo de su acción comunicativa lleva al autor a reformular su idea de opinión pública.

Historia y crítica de la opinión pública es la primera publicación de Jürgen Habermas, como así también su escrito de habilitación docente. En el mismo, el autor hace un análisis histórico-sociológico de la aparición y desarrollo de la opinión pública, refiere y revisa los aportes de otros autores como Arendt, Lazarsfeld, Mills o Tönnies, y brinda su propia idea del objeto. En esta obra, Habermas embiste tanto contra el análisis positivista que identifica a la opinión pública con las encuestas o sondeos como así también con la concepción puramente psicosocial y supera, al mismo tiempo, la visión marxista de la opinión pública, para la cual en la sociedad capitalista no existe como tal, atento que no es sino parte de la ideología burguesa, un reflejo de los intereses de la clase dominante.

Este último punto merece un mayor detenimiento. No debe olvidarse que, en sus comienzos como académico, Jürgen Habermas forma parte de la Escuela de Frankfurt - siendo muchas veces considerado como el máximo exponente de la tercera corriente de dicha escuela, siendo Adorno y Horkheimer la primera, y Marcuse la segunda-, escuela consideraba marxista heterodoxa porque sus referentes no desdeñan del propio Marx sino que pretenden superarlo. Por esta razón, su *Historia y crítica...* resulta claramente influenciada por los trabajos de sus maestros y por el pensamiento crítico que caracteriza a este movimiento intelectual. La visión negativa, y hasta elitista, de la sociedad de consumo, la razón instrumental y la burguesía, como así también de la masa y el Estado de Bienestar, entre otros, son elementos que, como se verá, se encuentran fuertemente presentes en la primera aproximación habermasiana de la opinión pública.

Para Habermas la opinión pública comienza siendo la publicidad³⁸ (opinión) de la incipiente sociedad civil (burguesa) racional. Surge a partir del siglo XVIII, cuando la burguesía letrada y fortalecida comienza a debatir abiertamente en oposición a la monarquía absoluta imperante, aspirando a la igualdad civil y política y buscando la no injerencia estatal en la esfera privada del hombre y la libertad de comercio -para muchos su mayor aspiración-; y encuentra en el libro y la prensa escrita sus principales vehículos de difusión³⁹. En palabras del propio Habermas:

“Esa capa ‘burguesa’ es la verdadera sostenedora del público, el cual es, desde el principio, un público de lectores (...) La autoridad provoca en esa capa,

³⁸ De acuerdo a Guillermo López García, en Habermas se confunde el término “publicidad” con “opinión pública”, dada la ambigüedad del término germánico, *Öffentlichkeit*.

³⁹ Aun cuando la prensa escrita (también el libro pero principalmente el periódico) es el principal mecanismo a través del cual se desarrolla y expande la opinión pública, Guillermo López García llama la atención respecto al desarrollo paulatino que tiene la misma (los altos costos de las primeras publicaciones, los intentos de la Monarquía por frenar las mismas a través de altas tasas) como así también la importancia, en los primeros tiempos, de los salones de reunión. Aquí, nos llama la atención la idéntica concepción respecto al modo en que se desarrolla y expande la opinión pública: la prensa pero también la conversación, que recuerda a Gabriel Tarde.

afectada y requerida por la política mercantilista, un eco que permite la toma de consciencia del publicum –el abstracto oponente del poder público-, su autocomprensión como un competidor en el juego, como público de la naciente publicidad burguesa. Una publicidad tal se desarrolla en la medida en que el interés público de la esfera privada de la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente por la autoridad, y comienza a ser tomado en consideración como algo propio por los mismos súbditos”⁴⁰.

Así las cosas, la publicidad burguesa emerge como una discusión o comunicación entre los súbditos y el monarca -modernamente diríamos entre los ciudadanos y el gobierno-, que tiene por fin vigilar y limitar el ejercicio del poder y establecer mecanismos de control. La génesis de la opinión pública responde directamente a los intereses de la clase social burguesa que, párrafo aparte, es duramente criticada por la Escuela de Frankfurt y el propio Habermas. “Sin embargo, [destaca Guillermo López García] Habermas aprecia hechos positivos en la aparición de este modelo de opinión pública, fundamentalmente su carácter racional y la libertad con la que se llega al consenso. En consecuencia, [prosigue] Habermas tomará este modelo incipiente de opinión pública como ejemplo de la instancia crítica que sugiere para las sociedades auténticamente democráticas”⁴¹. Volveremos sobre esto en breve.

Ahora bien, con el transcurso del tiempo, este modelo primigenio de opinión pública, nacida como una discusión pública, racional y libre contraria al poder absolutista, se transforma radicalmente y acaba siendo a mediados del siglo XX -ahora sí, desde una

⁴⁰ HABERMAS, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, 1997, Pág. 61.

⁴¹ LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*, UNIVERSITAT DE VALÈNCIA, 2001, Pág. 303.

óptica más marxista- un mecanismo más de la ideología para sostener el *status quo*, para dominar.

Variadas y diversas son las razones de este trastocamiento. Entre ellas, el advenimiento al poder público de la clase burguesa, la exclusión de los demás estratos de la discusión pública y la representación electoral, el capitalismo de mercado, la intromisión cada vez mayor del Estado en la esfera privada de las personas, la masificación de la cultura y su degradación, el desarrollo de la técnica, etc. De manera sintética, es el surgimiento del Estado asistencial o social y la sociedad de consumo que le corresponde -y podríamos nombrar también a la razón instrumental que los sostiene filosóficamente-, los principales elementos que modifican no sólo la esencia misma de la opinión pública, sino la vida en general⁴².

En este mundo moderno, en esta sociedad unidimensional, se produce para Habermas una re-feudalización, y "la masa, bien es verdad, se configura como público, pero no ya crítico, ilustrado, frente al poder, como había ocurrido en el siglo XVIII, sino consumidor, esta vez, de cultura. Su adocenamiento cultural aniquila la anterior conceptualización del "público" como grupo "raciocinante", a la vez que se acompaña incluso de la institucionalización de la intelectualidad crítica; "la vanguardia se ha mantenido como institución"⁴³.

La opinión pública como la discusión racional de personas privadas desaparece, la prensa deja de tener el sentido crítico que otrora tuviera y le diera nacimiento, y, conjuntamente con la invasión de los medios de comunicación de masas (televisión y radio) se transforma en un enorme aparato, en una enorme industria cultural, que, "dominados por las instancias sistémicas del capitalismo de mercado, implantan un

⁴² He aquí, sin dudas, la mayor influencia de la Escuela de Frankfurt, especialmente el Hombre Unidimensional de Herbert Marcuse. La evolución (negativa) de la opinión pública es producto directo de la sociedad y el Estado modernos.

⁴³ GARCIA GONZALEZ, Gloria. *Historia y crítica de la opinión pública. una aproximación*, AULA, Vol. VI, 1994. Págs. 197-206. Online:

http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/69143/1/Historia_y_critica_de_la_opinion_publica.pdf

aparente régimen de opinión debajo del cual subyace un deseo de dominación y fomento de la apatía política de los ciudadanos satisfechos⁴⁴. De la discusión política racional, seria, letrada, se pasa a un inocuo intercambio de gustos e inclinaciones. Dos pasajes de Habermas son sustancialmente ilustradores:

“...las opiniones públicamente concurrentes, han ido desapareciendo exactamente en la medida en que la autopresentación publicística de intereses privados privilegiados se lo iba apropiando.”⁴⁵

“...los deseos "privados" de automóviles y refrigeradores caen bajo la categoría de "opinión pública", exactamente igual que el resto de modos de conducta de grupos cualesquiera con tal de que sean relevantes para el ejercicio de las funciones estatal-sociales de la dominación y la administración”⁴⁶.

En este punto, huelga destacar que Habermas, al igual que los demás miembros de la Escuela de Frankfurt, considera a los medios de comunicación de masas básicamente como mecanismos de la razón instrumental cuyo fin es satisfacer o contentar al proletariado y así mantener la dominación ideológica de la clase burguesa⁴⁷. “Los medios se constituyen en “cuarto poder”, pero no es un poder de vigilancia de los que ostentan las responsabilidades de gobierno, esto es, un contrapoder, sino un poder al servicio de

⁴⁴ LOPEZ GARCIA, Op. Cit. Pág. 307.

⁴⁵ HABERMAS, Op. Cit. Pág. 222.

⁴⁶ *Ibíd*em, Pág. 265.

⁴⁷ Recuérdese, por ejemplo, que Marcuse en la obra citada supra, refiere que el proletariado -entendido como los obreros- han dejado de ser el sujeto de la revolución marxista, en tanto se encuentran seducidos y contentados con la sociedad de consumo que les ha ido otorgando beneficios paulatinamente (mejor sueldo, menos horas laborales, la posibilidad de comprar un automóvil o un televisor).

grupos de presión"⁴⁸. Esto se debe, en gran medida, a que los medios de comunicación de masas son una propiedad privada, al igual que las empresas, las herramientas y las tierras.

El brillante desarrollo teórico hasta aquí planteado por Habermas en su *Historia y crítica...* culmina, al igual que el tratamiento frankfurteano de numerosos temas, con una distinción dialéctica más cercana al reformismo que a la revolución de corte marxista ortodoxa. En efecto, aun cuando la opinión pública de la sociedad moderna es propia de la clase burguesa y coadyuva, lo mismo que la falsa conciencia o ideología marxista, al sostenimiento del *status quo*, Habermas, quien sostiene que la dominación es no solo material sino principalmente cultural, no cree que la opinión pública deba dejarse de lado como un elemento artificial, sino que es necesario arbitrar los medios idóneos para que la misma vuelva a ocupar un lugar importante en la sociedad, el lugar que ocupara en sus primeros tiempos: el del diálogo entre el Estado y la sociedad civil.

En esta inteligencia, Habermas distingue entre una opinión pública manipulada -o pseudo opinión pública- y una opinión pública crítica. La primera es la ya referida hasta aquí, la triste situación cotidiana, la opinión pública propia de las democracias formales, unidireccional y restrictiva, "una instancia receptiva de los ciudadanos aislados, en una preocupante situación de falta de comunicación con sus representantes, ante cuyas medidas sólo pueden reaccionar con una aquiescencia aclamatoria"⁴⁹. Por su parte, la opinión pública crítica es propia de un Estado democrático auténtico y refiere a una comunicación racional, plural y sin manipulaciones de ningún tipo, del conjunto de los ciudadanos, sobre las cuestiones que suscitan el interés general o son motivo de administración pública, "un debate racional de los ciudadanos con sus representantes, que deriva en un debate abierto y democrático"⁵⁰, en fin, una situación ideal.

⁴⁸ LOPEZ GARCIA, Guillermo, Op. Cit. Pág. 308.

⁴⁹ *Ibidem*, Pág. 312.

⁵⁰ *Ibidem*.

Hasta aquí hemos presentado la primera propuesta habermasiana de la opinión pública, propuesta con neto tinte frankfurteano, profundamente crítica, destructiva e incluso desalentadora. Sin embargo, como hemos referido ya brevemente al comienzo de este título, durante los años '70 y '80, Habermas elabora y publica su teoría de la acción comunicativa "en la que presenta la discusión pública como la única posibilidad de superar los conflictos sociales, gracias a la búsqueda de consensos que permitan el acuerdo y la cooperación a pesar de los disensos"⁵¹.

La acción comunicativa supone un cambio radical en el pensamiento del autor. Al mismo tiempo que incorpora la racionalidad weberiana, ciertos elementos parsionanos y el giro lingüístico (al cual da un lugar preponderante), se aleja poco a poco del núcleo duro de la Escuela de Frankfurt y relega algunos de sus métodos de estudio fundamentales -por ejemplo el psicoanálisis-; aunque, claro está, sin perder nunca el sentido crítico.

De manera harto sencilla, puesto que dedicarnos a un análisis riguroso excede el presente trabajo, diremos que Habermas distingue entre una acción instrumental (no social) y una acción estratégica (social) orientadas al éxito y, por otro lado, una acción comunicativa (social) orientada al entendimiento. La acción comunicativa supone al menos dos sujetos racionales que, a través del lenguaje, buscan establecer una relación interpersonal y entenderse sobre algo del mundo de la vida (que puede ser el mundo objetivo, social o subjetivo) en un contexto situacional determinado. El mundo de la vida es algo común a los sujetos, se trata de convicciones de fondo, más o menos difusas, pero siempre aproblemáticas (que se dan por entendidas); un saber compartido, un contexto lingüístico determinado. Este mundo de la vida puede referir a la cultura (mundo objetivo)

⁵¹ BOLADERAS CUCURELLA, Margarita, *La opinión pública en Habermas*, Anàlisi 26, Barcelona, 2001, Págs. 51 a 70.

como totalidad de las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos, a la sociedad (mundo social) como la totalidad de las relaciones interpersonales legítimamente reguladas, o a la personalidad (mundo subjetivo) como la totalidad de las propias vivencias a las que cada uno tiene un acceso privilegiado y que el parlante puede manifestar verazmente frente a un público.

Concluido este breve interludio, y comprendida al menos la acción comunicativa como una situación ideal de comunicación y acción intersubjetiva, racional y libre, retornamos ahora a la reformulación que hace Habermas de su idea de la opinión pública. En efecto, como bien expresa Boladeras Cucurella, es en *Facticidad y validez* (1992) -donde el sociólogo alemán "lleva a cabo una investigación sobre la relación entre hechos sociales, normatividad y política democrática"⁵²-, que en la obra habermasiana "el espacio público se presenta como el lugar de surgimiento de la opinión pública, que puede ser manipulada y deformada, pero que constituye el eje de la cohesión social, de la construcción y legitimación (o deslegitimación) política"⁵³.

De esta forma, Habermas delimita el concepto de opinión pública con relación al espacio público, respecto al cual dice:

"Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios

⁵² *Ibidem*.

⁵³ *Ibidem*.

precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público”⁵⁴.

Y, más precisamente respecto a la opinión pública, continúa:

“El título «opinión pública» tiene que ver con tareas de crítica y de control, que el público de los ciudadanos de un estado ejercen de manera informal (y también de manera formal en las elecciones periódicas) frente al dominio estatalmente organizado”⁵⁵.

En esta inteligencia, el espacio público no es necesariamente un espacio estrictamente político, sino más bien propio de la sociedad civil, de la ciudadanía en general, del mundo de la vida; pero su función sí es la de interactuar constantemente con el poder político, actuando como “caja de resonancia” de los problemas que se le pudieran presentar a este último. Es una idea netamente similar a la primigenia publicidad burguesa del siglo XVIII, donde la opinión pública se presenta como un intercambio de opiniones fluido y continuo que interactúa y dialoga con el poder político del Estado y que intenta limitarlo y vigilarlo.

A su vez, esta reformulación de la opinión pública lleva a Habermas a modificar también su análisis de los medios de comunicación, dejando de lado la idea de que los mismos son meros artefactos de la razón instrumental y sólo sirven a los intereses privados, a la dominación ideológica. Como bien resume López García, “en la Teoría de la acción comunicativa, tras una incisiva crítica a la simplicidad de los planteamientos de Adorno y Horkheimer respecto al funcionamiento de la industria cultural, presenta a los medios de comunicación de masas como elementos de un carácter ambivalente, que

⁵⁴ HABERMAS, Jürgen (1973). “Öffentlichkeit (ein Lexikonartikel)”. En BOLADERAS CUCURELLA, Op. Cit.

⁵⁵ *Ibidem*.

pueden formar parte tanto del "mundo de la vida" y, por tanto, de la acción comunicativa, como del "sistema", es decir, la acción de tipo instrumental encaminada a fines precisos."⁵⁶

Este segundo análisis habermasiano de la opinión pública será plenamente útil en tanto y en cuanto se comparta su tesis general de la acción comunicativa y sus fundamentos éticos. La idea de una opinión pública como la discusión consensuada y libre de la sociedad civil que dialoga con las fuerzas del Estado resulta sin dudas atrayente, pero a la vez ideal y hasta utópica. Sin embargo, se pueden realizar numerosas conclusiones en base a la misma, v. gr., por citar al menos una, como ya deja traslucir el mismo Habermas, si la opinión pública forma parte del mundo de la vida, y el mismo es un cúmulo de convicciones de fondo aporéticas, si esta opinión pública es manipulada, la acción comunicativa de los hombres versará sobre un mundo de la vida manipulado, sencillamente: hablaremos y nos entenderemos respecto a lo que alguien quiere que hablemos y nos entendamos.

La opinión pública en Carlos Cossio.-

Carlos Cossio es uno de los más importantes iusfilósofos argentinos del siglo XX y sin duda alguna el más original de todos ellos, al punto de haber elaborado la única teoría jurídica estrictamente nacional: su teoría egológica. Sin embargo, su elaboración intelectual excede muchas veces el trabajo de jurista, avocándose a cuestiones políticas o sociológicas. Su análisis de la opinión pública responde a este último talante, donde, como politólogo o sociólogo, se preocupa de definir y caracterizar a la misma como un elemento ineludible de la vida democrática; análisis que tiene incluso puntos de contacto con el pensamiento de Habermas cuando en realidad es algunos años anterior y -podemos arriesgar- no se leyeron mutuamente. En efecto, Cossio se dedica al estudio de la opinión pública de manera específica en su obra *La Política como Conciencia*, del año 1956, aun

⁵⁶ LÓPEZ GARCÍA, Op. Cit. Pág. 310.

cuando ya pueden vislumbrarse algunos de sus rasgos en una obra anterior *La Revolución del 6 de septiembre...* mientras que la obra de Habermas no ve la luz hasta el año 1962.

El análisis cossiano de la opinión pública se basa en tres pilares: su formación a través de la prensa, la verdad como objetivo de la prensa y la responsabilidad de la prensa. En este sentido, en *La revolución del 6 de septiembre*, sostiene:

“Dos cosas son evidentes: la calidad de la opinión pública depende de la verdad de la información sobre que está basada y su poder de ejercer impresión es una función del grado en que esté organizada. En las sociedades modernas, la mayor responsabilidad en la formación de la opinión pública, recae sobre la prensa (aunque no se debe olvidar ni el cine ni la radiodifusión). Y es notorio que ésta no está organizada sobre la veracidad, única norma universal para la transmisión de noticias. El hecho de que un diario se haga cargo de una información y la disemine, no encuentra obstáculo en que aquélla no sea verdadera. En cuanto afectan a la política o tienen contorno sensacional, las noticias se desfiguran y se truca en propaganda”⁵⁷.

En dicha obra, Cossio también sostiene, con un sentido político-jurídico, que la prensa se concibe y responde al concepto románico de propiedad, un derecho absoluto de usar y abusar de lo propio, aun a pesar de las modernas ideas de la utilidad social de la propiedad. Luego volverá sobre esto, con una severa crítica de la censura y la necesidad de un nuevo ordenamiento al respecto.

Ahora bien, ya en *La Política como Conciencia*, Cossio efectúa un estudio mucho más pormenorizado de la cuestión. En la misma se enfrenta tanto a la idea de la opinión pública como opinión de la masa -la que personifica en Ortega y Gasset y nosotros hemos

⁵⁷ COSSIO, Carlos, *La Revolución del 6 de septiembre de 1930. Esquema universal de la política argentina*, Roldán, Buenos Aires, 1933, Pág. 157.

analizado en Gabriel Tarde-, como así a la que la concibe como mero apéndice de la historia y resultado de la biografía creadora de los hombres geniales -esta vez personificada en Vilfredo Pareto-.

Como bien señala Franichevich, "como fenomenológico [Cossio] se atiene "descriptivamente a los hechos" y lo primero que hace es diferenciar la Opinión Pública de la opinión del público; la primera de calidad, estabilidad y peso social propio, la segunda de cantidad, inestable y sin peso social"⁵⁸. En la Opinión Pública "hay una dimensión de conocimiento intelectual que la autentica verdaderamente como opinión y no como un mero parecer, en razón de que lo que la constituye son cosas elevadas al rango de principios, ponderándola sobremano como portadora de los criterios sociales de momento resultado de una autorreflexión societaria emotiva e intelectual a la vez"⁵⁹."

En Cossio la opinión pública es, precisamente, pública porque es un espacio de todos y al acceso de todos, a contrario de la opinión privada, que es reservada y desconocida. Pero a su vez, sólo la hacen quienes pueden opinar y no todo aquel que exterioriza su parecer, cuestión que, *prima facie*, termina por plantear muchos más interrogantes que certezas. Para comprender mejor esta idea de la opinión pública como una verdadera opinión de personas que están habilitadas para opinar -lo que pareciera un juego de palabras-, es necesario entender antes cómo concibe Cossio su creación y expansión.

En esta inteligencia, Cossio reconoce cuatro estratos bien diferenciados: primero, una creación original como punto de partida -aun cuando la mayor de las veces sea desconocida, siempre existe la génesis de una idea, una persona que la crea⁶⁰-; segundo una vocación intelectualizada -conformada por los entendidos y voceros que se apasionan y la difunden a través de libros, periódicos, conferencias, etc.- que la expande pero a la vez pule y esclarece; tercero, una comprensión objetiva -la verdadera morada de la

⁵⁸ FRANICHEVICH, Estéban, *El pensamiento de Carlos Cossio. Su teoría egológica*, UNR Editora, Rosario, 2009, Pág. 149.

⁵⁹ COSSIO, Carlos, *La política como conciencia*, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 1957, Pág. 181

⁶⁰ Esta idea remite para Franichevich a otro postulado cossiano: la de los espíritus superiores.

opinión pública dada por la intersubjetividad entre los hombres-; y cuarto y último, la masa -que no tiene una verdadera opinión sino reacciones sensitivas de placer o dolor-.

Cuando la opinión se ubica en el segundo estrato (la vocación intelectualizada) es una opinión técnica y solo se transforma en opinión pública cuando pasa al tercero (la comprensión objetiva). De esta manera, el tercer estrato se transforma en el más importante y juega entre el segundo (la opinión técnica) y el cuarto (la masa). Si bien no es el conocimiento verdadero de los creadores y hombres con vocación intelectualizada, tampoco responde a meras réplicas emocionales. Se emparenta con la no-vulgaridad, que si bien no es creativa, comprende todo. Por ello, en contrapunto con Ortega y Gasset, Cossio sostiene que si bien la opinión pública inherente a este estrato pueda ser engañada por alguna influencia intelectual, los engaños o errores serán siempre secundarios y de detalle, pero jamás absolutamente alejados de la realidad.

La estratificación planteada es interesante porque demuestra que "una misma persona contiene varias estratificaciones según el ámbito de valor en que se encuentre proyectada; puede ser masa para un determinado deporte o la pintura, opinión pública para la política o la poesía, opinión técnica para la medicina o la arquitectura y acaso creador en alguna de ellas"⁶¹. En consonancia con lo planteado por Bourdieu y la estratificación social weberiana, permite una comprensión más cabal de la realidad donde un obrero, por ejemplo, puede tener mayores conocimientos que un intelectual en determinadas cuestiones.

Por otra parte, también resulta interesante el planteo que hace Cossio respecto a la interacción de los estratos, es decir, las relaciones de la masa y la opinión pública o técnica. Como la masa responde a estímulos de placer o dolor, la misma puede tomar partido

⁶¹ FRANICHEVICH, Op. Cit. Pág. 151.

respecto a una problemática determinada o bien permanecer indiferente. Cuando esto último ocurre, corresponde a la opinión pública una tarea educativa de alcance limitado a que no se malogren las sensibilidades innatas existentes en la masa, siendo condenable, al mismo tiempo, que la opinión pública se torne insensible en dicha situación. Lo importante, entonces, es que la opinión pública continúe estimulando a la masa respecto a los temas de verdadero interés. Así, "de arriba hacia abajo el interés de la Opinión Pública por la masa permite pensarla representante de la comunidad; de abajo hacia arriba las masas tienden a plegarse a la Opinión Pública cuando la ven interesada en los problemas de ellas, justificando entonces aquélla la pretensión de representante de la comunidad"⁶². Mientras que la opinión pública indiferente hacia la masa es inauténtica, la actitud opuesta de aquélla asegura su expansión.

A esta altura del desarrollo propuesto, estamos en condiciones de brindar e interpretar la definición de la opinión pública para Cossio, quien la conceptualiza como "la conciencia histórica que una colectividad tiene de sus propios problemas a partir de la comprensión con que los entienden las personas de comprensión objetiva"⁶³. Sin embargo, aún nos restan dos preguntas importantes: cómo se expresa la opinión pública y cuál es la función que esta cumple en la vida política.

Respecto al primer interrogante, Cossio sostiene que la opinión pública se expresa primero mediante la palabra hablada -la cual resulta su soporte intelectual y que explica a su vez la existencia del vocero⁶⁴-; la prensa -prestigiosa durante el siglo XIX porque estaba escrita por hombres técnicos y porque mostraba la opinión pública-; y finalmente, los modernos medios de comunicación -el cine, la radio y la televisión-.

En cuanto al segundo interrogante, la opinión pública juega en Cossio un papel trascendental en la cuestión política. El autor, a la vez que rechaza, por ejemplo, el voto

⁶² *Ibidem*, Pág. 153.

⁶³ COSSIO, *Op. Cit.*, Pág. 209.

⁶⁴ El vocero es una opinión autorizada porque emerge del círculo de la opinión técnica y es una persona que está en el candelero, a la luz de todos, que es escuchado.

calificado y valoriza el sufragio universal, también critica los gobiernos totalitarios que se disfrazan de democracia de masas o democracias populares. Para Cossio un gobernante puede tener una actuación directa con la masa, prescindiendo de la opinión pública y arrollándola mediante el sufragio; tal el caso del demócrata que se vuelve demagogo a quien acompañan las multitudes y que por eso desconfía, desprecia y hostiliza al intelectual. De esta manera, asegura que no existe democracia sin opinión pública, en tanto la misma funciona como una línea divisoria entre democracia y demagogia, a la vez que modifica el aforismo de Abraham Lincoln, señalando que la democracia “es el gobierno de la opinión pública, por los partidos políticos y para el pueblo”⁶⁵, en tanto la opinión pública gobierna mediante la vigencia de los principios que ella historializa, los partidos políticos se conciben como intermediarios del pueblo, y el pueblo se vislumbra como la colectividad omnicomprensiva.

Finalmente, en *La Política como Conciencia*, Cossio, haciendo uso de las consideraciones hasta aquí expuestas brevemente, se refiere y razona respecto a la libertad de prensa. En este sentido, el autor hace un racconto histórico y comenta que la opinión pública toma conciencia de sí misma en el siglo XIX y busca su autonomía de los medios que hasta entonces la expresaban: la palabra del Estado y de la Iglesia. En ese momento, la opinión pública encuentra en la prensa libre su gran instrumento de expresión y poder. Sin embargo, las modificaciones suscitadas en el siglo XX han dado lugar tanto a una censura por parte del Estado como así también al fenómeno por el cual muchos medios periodísticos se alían con el Estado en contra de otros medios desprestigiándolos. Ante esta situación, Cossio favorece la censura en articulación con la Opinión Pública e imagina distintos institutos para sacar dicha censura de manos del

⁶⁵ *Ibíd.*

Estado para que pase a aquélla (a la opinión pública del estrato de comprensión objetiva). Así, por ejemplo, bosqueja el derecho a réplica y un instituto para éste -un jury de periodistas o un órgano integrado por todos los partidos políticos- para juzgar los excesos de los medios y ordenar las rectificaciones correspondientes, y una particular "junta de intelectuales" que se entromete en la vida diaria.

Independientemente de que algunas de las conclusiones de Cossio han perdido vigencia, su planteamiento es sin dudas elogiable porque ubica a la opinión pública no como un aspecto eminentemente negativo del mundo actual, sino -de manera similar a la opinión pública crítica habermasiana- como un conocimiento común, pero no vulgar, que permite juzgar la vida política y sus actores; mostrándola, al mismo tiempo, como un elemento clave de la sociedad democrática, al contrario de los que consideran a la masa como enemiga.

Noelle-Neumann: la espiral del silencio.-

En los títulos anteriores hemos visto cómo Bourdieu demuestra que las encuestas de opinión no son la "opinión pública" y que por el contrario son utilizados como un discurso de poder, como una justificación de la fuerza y de las medidas adoptadas por gobernantes y sectores privados. Hemos visto también el esfuerzo que hace Habermas por distinguir entre una opinión manipulada y una crítica, y la necesidad de lograr un discurso propio de la sociedad civil (espacio público) que ponga límites al Estado. Sin embargo, la cuestión ahora es saber por qué estos grupos de poder dedican tanto tiempo y recursos a dominar la opinión pública, por qué la manipulan y cómo es que la misma termina influyendo en las personas (en las acciones sociales), si realmente las influye o no.

A estos y otros interrogantes se ha dedicado profusamente Elisabeth Noelle-Neuman, una politóloga alemana dedicada principalmente a la cuestión de la opinión pública y autora de *La espiral del silencio, Opinión pública: nuestra piel social*. En dicha obra desarrolla una teoría basada en un aspecto psicosocial que, de acuerdo a la autora, afecta a todos los miembros de una sociedad o colectivo social, y que ella denomina como

“miedo al aislamiento”. De acuerdo a esta idea, la sociedad amenaza con aislar a los individuos que expresan posiciones contrarias a las asumidas como mayoritarias, obligando a las personas a adoptar la conducta prescripta.

Dedicada en los inicios de su vida académica al análisis de las encuestas políticas, Noelle-Neumann comienza por interrogarse la validez de las mismas en la década de 1960, momento en el cual lo que parecía un infalible método para conocer los resultados de las elecciones comienza a errar en sus predicciones. Uno de los primeros conceptos en poner en duda fue el llamado “efecto del carro ganador”. De acuerdo a este principio, aquel candidato que lidera las encuestas siempre tendrá un plus en las elecciones, un atrayente especial que hará que las personas hasta entonces neutrales lo escojan por sobre las demás opciones, como si existiera una voluntad general de formar parte del bando vencedor. ¿Pero por qué siempre del bando vencedor?, se pregunta Noelle-Neumann. “La mayor parte de la gente probablemente no sea tan pretenciosa. A diferencia de la elite, la mayor parte de la gente no espera obtener un cargo o poder con la victoria. [En realidad], se trata de algo más modesto: el deseo de evitar el aislamiento, un deseo aparentemente compartido por todos nosotros”.⁶⁶ Son los que se sienten relativamente aislados los que participan de ese vuelco en el último minuto.

En la obra precitada, Noelle-Neumann distingue entre dos conceptos generales de la opinión pública, dos ángulos desde los cuales puede analizarse e interpretarse. El primero es ver a la opinión pública como *racionalidad*, como algo que contribuye al proceso de formación de la opinión y de toma de decisiones en una democracia -a la manera de Habermas o Cossio-. El segundo es ver a la opinión pública como *control social*, supuesto en el cual la opinión pública tiene como función promover la integración social

⁶⁶ NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, *La espiral del silencio: Opinión pública : nuestra piel social*, Paidós, 2010, Pág. 12.

y garantizar que haya un nivel suficiente de consenso en el que puedan basarse las acciones y las decisiones.⁶⁷

Noelle-Neumann opta sin miramientos por la segunda interpretación, entiende a la opinión pública como un mecanismo de control e integración social y elabora su teoría de la espiral del silencio dentro de ese marco conceptual. Es importante tener esto en cuenta desde un primer momento, y no asombrarnos de que la autora se aleje del modelo de hombre libre y racional propio de la ilustración o de algunas modernas teorías liberales, y presente, muy por el contrario, un individuo temeroso a la soledad, atado a la moda, a los cambios de humor.

Nos proponemos ahora presentar la teoría de la espiral del silencio, la definición de opinión pública que le acompaña, los presupuestos de esta teoría, su comprobación empírica, su funcionamiento y, finalmente, el papel de los medios de comunicación.

La espiral del silencio supone "un proceso en espiral que incita a otros individuos a percibir los cambios de opinión y a seguirlos hasta que una opinión se establece como la actitud prevaleciente, mientras que la otra opinión la apartarán y rechazarán todos, a excepción de los duros de espíritu, que todavía persisten en esa opinión".⁶⁸ Este fenómeno psicosocial es calificado como espiral del silencio porque se produce una suerte de círculo vicioso, una retroalimentación, que hace que la versión más dominante siga *in crescendo*, mientras que aquellos que no la comparten terminen callando.⁶⁹ Por esta razón, por ejemplo, aquellos que confían en una victoria política serán más proclives a manifestar públicamente su posición, mientras que los demás optarán, casi inconscientemente, por guardar silencio.

⁶⁷ *Ibidem*, Pág. 193.

⁶⁸ *Ibidem*, Pág. 4.

⁶⁹ Un ejemplo claro puede ser la moda, a la que define como "formas de comportamiento que, cuando son nuevas, pueden exhibirse en público sin quedarse aislado, pero que en una etapa posterior deben mostrarse en público para evitar el aislamiento".

Esta teoría se basa en cuatro supuestos diferentes, así como en un quinto supuesto sobre la relación entre los cuatro primeros. Los cuatro supuestos son: 1) la sociedad amenaza a los individuos desviados con el aislamiento; 2) los individuos experimentan un continuo miedo al aislamiento; 3) este miedo al aislamiento hace que los individuos intenten evaluar continuamente el clima de opinión; 4) los resultados de esta evaluación influyen en el comportamiento en público, especialmente en la expresión pública o el ocultamiento de las opiniones. Finalmente, el quinto supuesto afirma que los anteriores están relacionados entre sí, lo que proporciona una explicación de la formación, el mantenimiento y la modificación de la opinión pública⁷⁰.

De esta manera, en palabras de la propia autora:

“La teoría postula la existencia de un sentido cuasiestadístico que permite realizar esas estimaciones. Los resultados de sus estimaciones influyen en la inclinación de la gente a expresarse, así como en su comportamiento en general. Si la gente cree que su opinión forma parte de un consenso, se expresa con confianza en conversaciones públicas y privadas, manifestando sus convicciones con pins y pegatinas, por ejemplo, pero también mediante la ropa que visten y otros símbolos públicamente perceptibles. Y, a la inversa, cuando la gente se siente en minoría se vuelve precavida y silenciosa, reforzando así la impresión de debilidad, hasta que el bando aparentemente más débil desaparece, quedando sólo un núcleo duro que se aferra a sus valores anteriores, o hasta que la opinión se convierte en tabú”.⁷¹

Como puede notarse, la piedra angular de la espiral del silencio es el miedo al aislamiento. Es éste el que mueve a los hombres a sondear con sentido cuasi-estadístico

⁷⁰ *Ibidem*, Pág. 180.

⁷¹ *Ibidem*.

la opinión pública general, a percibir el crecimiento o debilitamiento de las distintas posturas, a reaccionar ante esta percepción ya sea hablando más confiadamente o callándose⁷². Es este miedo al aislamiento lo que provoca que la mayor parte de la gente tienda a someterse a la opinión ajena y se genere una espiral que silencia a los individuos que piensan lo contrario.

Para Noelle-Neumann "hay una especie de control personal interno que filtra el comportamiento antes de realizarse el control social", un mecanismo psicológico o psicosocial que anticipa la amenaza de aislamiento y lleva al sujeto a amoldarse a los ideales del colectivo. "El mero pensamiento de lo desagradable que puede ser una situación hace que el individuo corrija sus comportamientos divergentes del consenso público antes de que la colectividad ejerza el control social exterior, e incluso antes de que la colectividad sepa nada sobre la infracción proyectada"⁷³.

Así las cosas, nos topamos ahora con una pregunta obligada: cómo se demuestra el miedo al aislamiento. Al respecto, Noelle-Neumann ofrece en su obra tanto un análisis teórico como empírico. En cuanto al análisis teórico, la autora ensaya un racconto histórico del pensamiento de diversos autores para demostrar cómo, especialmente desde la

⁷² Aquí resulta obligado destacar que "hablar" no significa solamente expresarse verbalmente sino que también refiere a conductas. Transcribimos un párrafo que resulta a todas luces esclarecedor: "En relación con esta hipótesis, hay que entender qué significa hablar y quedarse callado en sentido amplio. Colocarse un pin en la solapa o poner una pegatina en el coche también son modos de hablar; no hacerlo, aunque se tengan firmes convicciones, es una manera de quedarse callado. Llevar ostensiblemente un periódico de una tendencia política conocida es una forma de hablar; mantenerlo oculto en una cartera o bajo un periódico menos partidista es una manera de quedarse callado (por supuesto, uno no intentaría esconder el periódico; sólo ha quedado debajo por casualidad). Repartir octavillas es una manera de hablar, igual que pegar carteles, tachar o arrancar los del adversario, o pinchar las ruedas de los automóviles con pegatinas del otro partido". *Ibíd.*, Págs. 21 y 22.

⁷³ *Ibíd.*, Pág. 185. Luego de estas palabras, Noelle-Neumann recuerda que ésta es el área del interaccionismo simbólico, refiere a George Herbert Mead y expresa que: "la «interacción simbólica», el pensamiento sobre lo que los demás podrían pensar o cómo podrían reaccionar, influye en los individuos como si fuera real

modernidad, existía ya, algunas veces de soslayo y otras veces más directo, los lineamientos fundamentales de la idea de aislamiento social. Entre dichos autores, podemos destacar a Alexis de Toqueville⁷⁴, John Locke, David Hume, Jean-Jacques Rousseau -a quienes dedica capítulos específicos-, Maquiavelo, Erasmo de Rotterdam y Gabriel Tarde e incluso algunos autores obligados de la antigüedad como Platón y Aristóteles y otros contemporáneos como Lipmann y Luhmann -a quienes también dedica capítulos específicos-.

Ahora bien, independientemente del estudio bibliográfico propuesto que, debe reconocerse, resulta dedicado y prudente, el análisis empírico resulta mucho más fructífero, original, palmario y, por qué no, entretenido. Por razones de brevedad, referiremos a continuación solo a tres ejemplos que obran en *La espiral del silencio*, a partir de los cuales la autora demuestra prácticamente su teoría.

El primero de ellos no es de su autoría, aunque sí hace suyos los resultados, y se trata de un experimento de laboratorio social elaborado por el psicólogo social norteamericano Solomon Asch en los años 1951 y 1952. El experimento de Asch consistía en colocar entre 8 y 10 sujetos a los que se presentaban tres líneas de diferentes tamaños, debiendo señalar, uno tras otro, cuál de ellas tenía una longitud más similar a una cuarta línea

⁷⁴ Es interesante el descubrimiento de Alexis de Tocqueville como uno de los principales precursores de la idea de miedo aislamiento. Expresa Noelle-Neumann al respecto: "en la historia de la Revolución Francesa [...] Tocqueville describe la decadencia de la Iglesia en Francia a mediados del siglo XVIII y el modo en que el desdén por la religión se convirtió en una pasión general e imperante entre los franceses. El silencio de la Iglesia francesa, nos cuenta, fue un factor de primera importancia: «Los que seguían creyendo en las doctrinas de la Iglesia tenían miedo de quedarse solos con su fidelidad y, temiendo más la soledad que el error, declaraban compartir las opiniones de la mayoría. De modo que lo que era sólo la opinión de una parte... de la nación llegó a ser considerado como la voluntad de todos y a parecer, por ello, irresistible, incluso a los que habían contribuido a darle esta falsa apariencia»" *Ibidem*, Pág. 13.

propuesta. Una de las tres líneas era siempre exactamente igual a la cuarta, por lo que la correspondencia correcta era sumamente evidente. De todos los sujetos sólo uno era de prueba, mientras que los demás eran ayudantes de Asch. Luego de dos rondas donde se acertaba a la respuesta correcta, los ayudantes, que obviamente estaban al corriente del experimento, señalaban a propósito una línea incorrecta, mucho más corta. La cuestión, entonces, era como iba a reaccionar el sujeto de prueba -sentado al final de la fila- ante el error manifiesto de la mayoría.

Relata Noelle-Neumann que sólo dos de cada diez sujetos no avisados se aferraron firmemente a su propia percepción, dos de los ocho restantes se mostraron de acuerdo con el grupo en sólo una o dos de las diez rondas críticas del experimento, mientras que los seis restantes expresaron más frecuentemente como su propia opinión la obviamente falsa enunciada por la mayoría.

Este experimento, luego repetido por Milgram en Francia y Noruega con similares resultados, demuestra, de acuerdo a la autora, que "la mayor parte de las personas se unirán al punto de vista más aceptado aun cuando estén seguros de su falsedad"⁷⁵. Es decir, que las personas imitarán la opinión de la mayoría.

Este razonamiento no es para nada novedoso y, por el contrario, debe resultarnos absolutamente familiar a esta altura. Fue Gabriel Tarde quién, durante el siglo XIX, entendió a la opinión pública como una forma de multitud a distancia que imita los pensamientos del otro. Sin embargo, Noelle-Neumann señala dos caminos posibles: la imitación bien puede deberse al deseo de ser y comportarse como el otro porque ese otro sirve de ejemplo y se quiere agradar a la mayoría -como en Tarde-, o bien la imitación puede deberse al miedo al aislamiento social. En este sentido, resulta claro cuál es el camino escogido por Noelle-Neumann, quien sentencia que:

"La belleza del experimento de laboratorio de Asch estriba precisamente en su capacidad de eliminar toda esa ambigüedad. Los sujetos del experimento ven con sus propios ojos que la línea elegida por la mayoría como la más afín, no lo es.

⁷⁵ *Ibidem*, Pág. 30.

Si se adhieren a la opinión de la mayoría, tiene que ser necesariamente por temor a quedarse aislados, no por la esperanza de aumentar su repertorio de conductas o su provisión de conocimientos⁷⁶.

Los dos experimentos restantes son, esta vez sí, productos propios de la autora. En ellos propone simular un trabajo de campo a través de una entrevista con el fin de mantener a las personas en su ambiente cotidiano y obtener así respuestas más espontáneas y sinceras. Esto claramente la diferencia del experimento realizado por Asch, quien realiza una comprobación de laboratorio donde el científico controla la situación e introduce variables, como también de los análisis demoscópicos. En efecto, descarta estos últimos ya que, como ella misma lo expresa, no puede preguntarse directamente a una persona si tiene miedo de quedar aislada⁷⁷.

La primera de estas entrevistas se denomina "test del tren". En ella se comienza, siempre a través de preguntas, por obtener la opinión personal del individuo sobre un tema particular de la agenda pública. Luego, se le pide que, independientemente de su visión particular, estime cuál es la opinión mayoritaria respecto a ese mismo tema. Finalmente, se testea su inclinación a hablar o a permanecer en silencio si el sujeto estuviera en una conversación pública. Este último paso resulta ser el más importante, para lograrlo se le pide que imagine un diálogo con un extraño durante un viaje en tren de cinco horas⁷⁸, donde dicho extraño es abiertamente contrario y hasta combativo con la opinión del entrevistado.

⁷⁶ Ibidem, Pág. 32.

⁷⁷ Ibidem, Pág. 34.

⁷⁸ Es difícil imaginar la posibilidad de realizar este test en nuestro país donde, lamentablemente, hasta hace poco ni siquiera contábamos con un caudal propicio de trenes que hicieran largos recorridos, y hoy día, aún a pesar de su paulatina recuperación, esto no ha sido absorbido por nuestra cultura. En este sentido, resulta

Un ejemplo servirá para terminar de comprender. Uno de los "test del tren" realizados por Noelle-Neumann y su equipo estuvo dedicado a verificar la opinión pública respecto a fumar en público. En ese momento, el 44% de los entrevistados expresó que había que abstenerse de fumar en presencia de no fumadores, mientras que exactamente el 44% eligió que no se podía esperar que se abstengan de fumar sólo porque no había fumadores delante. Luego, se les presentaba a un grupo experimental de fumadores la imagen de un diálogo donde una persona comenzaba denostando y atacando a los fumadores, mientras que la otra persona tenía un diálogo inconcluso: "bueno, yo..." debiendo el entrevistado (fumador) completarla.

Los resultados obtenidos confirmaron las expectativas de la autora. "Después de haber sido amenazados verbalmente, los fumadores que habían defendido su derecho a fumar en presencia de no fumadores mostraban un interés notablemente menor por participar en una discusión sobre ese tema en un compartimento de tren"⁷⁹. Es decir, que por más que las personas tuvieran una opinión formada, cuando percibían que el clima de opinión no les era afín, optaban por hacer silencio.

Pero Noelle-Neumann llama la atención respecto a otra circunstancia sumamente interesante, que "los test empíricos también pueden hacer visible la otra parte de la espiral del silencio". En efecto, los no fumadores generalmente tendían a perder la confianza en sí mismos y, consiguientemente, la proclividad a expresar su opinión. "Pero cuando el test de terminación de frases les muestra que no están en absoluto solos con su punto de vista, su inclinación a participar en la conversación crece ostensiblemente". Es decir, que las personas cuya opinión personal coincide con la que ellos creen es la opinión mayoritaria, se sienten más seguros de expresarla en público.

ser un test eminentemente europeo o norteamericano. Sin embargo, e intentando actualizarnos al mundo cibernético, podríamos presentar la siguiente situación al entrevistado: un amigo en Facebook ha publicado el siguiente Estado (contrario al entrevistado), usted: ¿comentaría su propia opinión?

⁷⁹ *Ibidem*, Pág. 36.

La segunda entrevista ni siquiera requiere de lenguaje hablado, de un diálogo o conversación en la que el entrevistado debe verse envuelto, sino que directamente implica estimar el clima de opinión de acuerdo a una conducta social. El texto dice lo siguiente: "me gustaría contarle un incidente que sucedió hace poco en una gran reunión pública sobre la energía nuclear. Había dos oradores principales. Uno habló a favor de la energía nuclear y el otro en contra. Uno de ellos fue abucheado por el público. ¿Cuál cree que fue el abucheado, el orador que defendía la energía nuclear o el que se oponía a ella?". De acuerdo a los resultados obtenidos por Noelle-Neumann y su equipo, el 72% de los alemanes que respondieron a la entrevista opinaban que el orador abucheado había sido el defensor de la energía nuclear.

Los resultados de estos dos estudios empíricos parecen dar razón a la teoría elaborada por Noelle-Neumann en cuanto a que las personas son capaces de estimar cuál es la opinión imperante en determinado lugar y tiempo y de amoldar su conducta a la misma. Lo que es más, el mero hecho de que las personas se mostraran dispuestas a responder las entrevistas, en especial la correspondiente a qué opina la mayoría, es visto por la autora como un indicio ineludible de que los hombres perciben el clima de opinión.

Sin embargo, no debemos olvidar la piedra angular de la teoría, el fundamento *a priori* del comportamiento humano que hace al mismo actuar de manera casi totalmente irracional o inconsciente, esa "fuerza que pone en marcha la espiral del silencio"⁸⁰: el miedo al aislamiento social. En este sentido, Noelle-Neumann expresa:

"Sólo suponiendo que la gente teme intensamente quedarse aislada podemos explicar la enorme hazaña colectiva consistente en saber con precisión y fiabilidad qué opiniones se están fortaleciendo y cuáles están perdiendo apoyo, y

⁸⁰ *Ibidem*, Pág. 12.

en hacerlo sin recurrir a la ayuda de ningún instrumento de investigación demoscópica. Los seres humanos economizan la atención que prestan a las cosas. El esfuerzo que dedican a observar el entorno parece ser un precio menor a pagar en comparación con el riesgo de perder la estimación de los otros seres humanos; de ser rechazados, despreciados, de estar solos”⁸¹.

Es importante que insistamos con esto porque, funcionando como basamento, el miedo al aislamiento resulta el lugar más proclive a la crítica o a una posible falsación -si adoptamos el lenguaje popperiano-. En uno de los pasajes de su obra, Noelle-Neumann se refiere expresamente al mismo como algo innato al hombre, como algo propio de la naturaleza social⁸², que termina por caracterizarla, en este punto, más como psicóloga social que como socióloga. Así dice: “nuestra naturaleza social nos hace temer la separación y el aislamiento de los demás y desear ser respetados y queridos por ellos”⁸³.

Hecho este breve pero importante paréntesis, retomamos ahora el tema del clima de opinión subrayando que la percepción del mismo por parte de las personas no siempre resulta tan pacífica como aparece hasta aquí. Muy por el contrario, el mismo contiene diversas variables que deben tenerse en cuenta y que cobran una vital importancia en *La espiral del silencio...* Entre estas variables, se destacan sobremanera las personas o colectivos sociales que encarnan determinada opinión -a quienes muchos autores

⁸¹ Ibídem, Pág. 33.

⁸² Expresamente rechaza la necesidad de pensar en una conciencia colectiva, a la manera de los precursores de la psicología social. No necesitamos para ello suponer la existencia de una misteriosa conciencia colectiva, sino sólo la capacidad individual de percibir las reacciones de aprobación y desaprobación del medio ante las personas, las pautas de comportamiento y las ideas, de percibir sus cambios y desplazamientos, y de reaccionar en consecuencia para evitar en la medida de lo posible el aislamiento. Ibídem, Pág. 102

⁸³ Ibídem, Pág. 33. También hay otros pasajes interesantes: “el individuo no vive sólo en ese espacio interior en el que piensa y siente. Su vida también está vuelta hacia afuera, no sólo hacia las otras personas, sino también hacia la colectividad como un todo.” Y también “¿Qué es eso que «expone» continuamente al individuo y le exige que atienda a la dimensión social de su medio? Es el miedo al aislamiento, a la mala fama, a la impopularidad; es la necesidad de consenso”.

denominan como "líderes de opinión"- y, por supuesto, los medios de comunicación, a los que Noelle-Neumann da una importancia radical.

En cuanto a los mal llamados líderes de opinión⁸⁴, la autora, en base a los análisis de campo realizados, expresa que "en una situación pública, los hombres están más dispuestos a participar en una conversación sobre temas controvertidos que las mujeres, los jóvenes más que los mayores, y los pertenecientes a estratos sociales superiores más que los pertenecientes a estratos inferiores". Esto no es un dato menor, ya que repercute de manera evidente sobre la visibilidad pública de los diversos puntos de vista existentes en determinado espacio público. De esta manera, "si una facción atrae a muchos jóvenes o a muchas personas de un alto nivel educativo, automáticamente tiene más posibilidades de parecer la facción destinada a lograr la aceptación general"⁸⁵.

"Pero ésa es sólo la mitad de la historia [advierte Noelle-Neumann]. Hay un segundo factor que influye en la disposición a manifestar la propia opinión: el acuerdo entre las convicciones propias y la evaluación que cada uno realiza de las tendencias vigentes, del espíritu de la época, del ánimo de los que parecen más modernos, más sensatos; o sencillamente la sensación de que la gente "mejor" está a nuestro lado".⁸⁶ Es decir, que no basta con que las "mejores" personas tengan un punto de vista determinado, es necesario que las mismas lo expresen, lo hagan público, y se transformen en el clima de opinión imperante para los demás.

El segundo factor que influye en la percepción de las personas de la opinión general es, sin dudas, el más atrayente desde el punto de vista académico y el más trascendente

⁸⁴ El término no es utilizado por Noelle-Neumann.

⁸⁵ *Ibidem*, Pág. 23.

⁸⁶ *Ibidem*, Pág. 23.

en cuanto a la realidad. Se trata, como ya adelantáramos, de los medios de comunicación, a los que Noelle-Neumann dedica un extenso y atrapante análisis.

Para ello comienza por analizar y hacer suyas algunas ideas de Lipmann y Luhmann referidas a este tema. De Lipmann toma en concreto el concepto de "estereotipo" con carga emocional, que funciona como un molde rígido -similar a las viejas imprentas- que permite reproducir algo -en este caso un determinado status o personalidad- tantas veces como se desee. Estos estereotipos son generados por los medios de comunicación - pensemos los casos de "ladrón", "policía corrupto", "asesino", etcétera- y favorecen considerablemente la eficacia de los procesos de opinión pública ya que "se extienden rápidamente en las conversaciones y transmiten inmediatamente asociaciones negativas o, en algunos casos, positivas".

"Lippmann desenmascara nuestro autoengaño racionalista sobre el modo en que las personas supuestamente se informan y forman los juicios que guían sus acciones en el mundo moderno: con madurez y tolerancia, observando, pensando y juzgando como científicos en un esfuerzo incesante por examinar objetivamente la realidad, ayudados en este esfuerzo por los medios de comunicación. A esta ilusión contrapone una realidad completamente diferente, mostrando cómo forma sus concepciones realmente la gente, cómo selecciona partes de los mensajes que le llegan, cómo los procesa y los transmite"⁸⁷.

Las personas se guían de acuerdo a las ideas preconcebidas que tienen de los demás, juzgan al otro de acuerdo a un estereotipo mediáticamente creado y toman de los medios de comunicación una experiencia indirecta que, muchas veces -sino la mayoría-, no es el fiel reflejo de la realidad. Las imágenes que tenemos en nuestra mente se transforman así en un pseudomundo en cuya veracidad creemos completamente, y amoldamos nuestras concepciones a esa experiencia indirecta que nos transmiten los medios de comunicación.

De acuerdo a Noelle-Neumann, Luhmann trata de forma muy similar la opinión pública que Lipmann. "Ambos describen cómo se realiza el consenso social, la reducción

⁸⁷ *Ibidem*, Pág. 126.

de complejidad que hace posible la acción y la comunicación. Los contenidos de ambos son muy parecidos, a menudo sólo se diferencian en el vocabulario empleado: en lugar de "estereotipos", Luhmann habla de la necesidad de encontrar "fórmulas verbales" para que comiencen los procesos de opinión pública".⁸⁸ Pero lo que le interesa rescatar a la autora de la obra de Luhmann no es su concepción general de la opinión pública -que considera solamente aplicable a temas breves-, sino un aspecto específico de la misma: la capacidad de los medios de comunicación -y por ende de la opinión pública- de seleccionar los temas que merecen atención, lo que los norteamericanos denominan *agenda-setting function*.

En palabras de Noelle-Neumann, Luhmann "subraya la importancia de la estructuración de la atención, de la selección de temas, como una fase del proceso de opinión pública, y no deja dudas sobre la relevancia de los medios de comunicación, que asumen la tarea de seleccionar estos temas más que cualquier tribunal"⁸⁹.

Estas conclusiones llevan a la politóloga germana a añadir una nueva función además de las conocidas de los medios: la función de articulación. De acuerdo a la misma, "los medios suministran a la gente las palabras y las frases que pueden utilizar para defender un punto de vista" razón por la cual "si la gente no encuentra expresiones habituales, repetidas con frecuencia, en favor de su punto de vista, cae en el silencio; se vuelve muda"⁹⁰. Esto resulta palpable en la competencia política electoral: si un político o un partido no tiene un despliegue mediático suficiente, está condenado a perder las elecciones e incluso al ostracismo.

⁸⁸ *Ibidem*, Pág. 135.

⁸⁹ *Ibidem*.

⁹⁰ *Ibidem*, Pág. 151.

Así las cosas, los medios cobran un papel radical en la percepción del clima de opinión de las personas. Si bien las mismas tienen la capacidad de apreciar la posición mayoritaria, estas apreciaciones con frecuencia son incorrectas porque se sobrevaloran las opiniones apoyadas por los medios de comunicación más influyentes. Dichos medios generan un “clima doble de opinión”: el realmente percibido por la población y el representado por los medios.

Este fenómeno a partir del cual los medios modifican o hacen perder a las personas su capacidad cuasiestadística de evaluar correctamente las opiniones del medio es denominado por Noelle-Neumann como “ignorancia pluralista”; concepto que toma de la sociología norteamericana (*pluralistic ignorance*) y al cual resume como el caso donde “el público juzga mal al público”⁹¹. Otro ejemplo, además del precitado en el cual los medios promueven una posición no mayoritaria como si efectivamente lo fuera, es el caso de la llamada polarización, en la cual la sociedad parece partirse en dos manteniendo una opinión pública dividida. De acuerdo a la autora, “la característica distintiva [en este caso] es que cada facción se sobrevalora enormemente en lo que se denomina una “percepción especular” (*looking glass perception*)”. A lo que agrega que “podemos medir este fenómeno estadísticamente: cuanto más se alejen las estimaciones acerca de “qué piensa la mayoría”, más polarizada estará la cuestión. Los partidarios de las opiniones contrarias sencillamente no se hablan y por eso juzgan incorrectamente la situación”⁹².

Hasta aquí hemos visto cómo la espiral del silencio lleva a la generalidad de los miembros de una sociedad a adaptar su comportamiento de acuerdo a la opinión mayoritaria, a hablar si coinciden, a callar si les resulta adversa. Sin embargo, debe existir siempre un grupo minoritario que se resista a esa presión social, que no tema a quedar aislada. Esto puede deberse tanto al deseo de conservar ciertas pautas, ciertos aspectos de la vida que la opinión pública desea cambiar, o bien para modificar algo que la opinión

⁹¹ *Ibidem*, Pág. 189.

⁹² *Ibidem*, Págs. 110 y 111.

pública insiste en mantener. Ambas facetas antitéticas son analizadas por Noelle-Neumann a través de los conceptos de "núcleo duro" y "vanguardia".

"El concepto de la espiral del silencio reserva la posibilidad de cambiar la sociedad a los que carecen de miedo al aislamiento o lo han superado". Mientras que un alto nivel de consenso y dejarse conducir por lo que la mayoría espera supone para la gran mayoría de la humanidad un lugar de refugio y seguridad, dicha situación "llena de horror a la vanguardia, a los artistas, pensadores y reformadores que preparan el camino del futuro"⁹³. Estas personas no temen al ridículo, a la burla, desafían los valores estándar, las opiniones comunes, el *status quo*, y se dejan llevar por vientos de cambio. Esta vanguardia resulta ponderada hasta románticamente por Noelle-Neumann quien en un esclarecedor pasaje dice que: "los ciudadanos probos tenían razón al estremecerse cuando en los años sesenta empezaron a aparecer jóvenes melenudos, ya que cualquiera que no tema al aislamiento puede destruir el orden de las cosas"⁹⁴.

Por su parte, el núcleo duro se asemeja a la vanguardia porque se enfrenta a la opinión pública mayoritaria y considera al aislamiento como un precio que debe pagar. No obstante, su compromiso no es con el futuro, sino con el pasado. El núcleo duro "conserva los valores antiguos mientras sufre el aislamiento presente"⁹⁵, lo que no significa, claro está, que signifiquen o personifiquen un sentido peyorativo.

Los esfuerzos realizados hasta el momento han tenido por fin acercarnos a la teoría de la espiral del silencio de Noelle-Neumann, a analizar sus presupuestos, sus métodos empíricos, su funcionamiento en una sociedad moderna -o postmoderna-. Hemos

⁹³ *Ibidem*, Pág. 122.

⁹⁴ *Ibidem*, Pág. 123.

⁹⁵ *Ibidem*, Pág. 191.

intentado mostrar cómo, de acuerdo a la autora, la espiral del silencio podría ser una de las formas de aparición de la opinión pública, “un proceso por el que creciera una opinión pública nueva, joven, o por el que se propagara el significado transformado de una opinión antigua”. Sin embargo, como bien señala la propia Elisabeth Noelle-Neumann, si esto fuera así, si efectivamente la teoría contribuye a conocer la opinión pública, seguiría siendo necesario encontrar una definición de opinión pública para evitar tener que afirmar que “la espiral del silencio es el proceso por el que se propaga algo indefinible”⁹⁶.

Es por esta razón que hemos decidido transcribir dos definiciones obrantes en su trabajo que, si se ha prestado la debida atención, no merecen de mayores explicaciones:

“Las opiniones públicas son actitudes o comportamientos que se deben expresar en público para no aislarse. En ámbitos de controversia o de cambio, las opiniones públicas son las actitudes que pueden expresarse sin correr el peligro de aislarse”⁹⁷.

“La opinión pública es el acuerdo por parte de los miembros de una comunidad activa sobre algún tema con carga afectiva o valorativa que deben respetar tanto a los individuos como a los gobiernos, transigiendo al menos en su comportamiento público, bajo la amenaza de quedar excluidos o de perder la reputación ante la sociedad”⁹⁸.

“«La opinión pública, nuestra piel social» caracteriza ambos aspectos. Por una parte se refiere a nuestra sociedad, protegida y unificada por la opinión pública como por una piel. Por otra parte se refiere a los individuos, ya que los que sufren por la opinión pública sufren por la sensibilidad de su piel social. ¿No expresó de hecho Rousseau, que introdujo el concepto de opinión pública en el lenguaje

⁹⁶ *Ibidem*, Pág. 44.

⁹⁷ *Ibidem*, Pág. 157.

⁹⁸ *Ibidem*.

moderno, lo más importante de ésta cuando la describió como la enemiga del individuo y la protectora de la sociedad?”⁹⁹

Opinión Pública y Derecho.-

A manera de apéndice, hemos decidido dedicar algunos párrafos a la relación que puede establecerse entre la opinión pública y el Derecho. La intención no es aquí plantear certezas o afirmaciones, sino ofrecer lineamientos sumamente generales que permitan ser el puntapié de un futuro análisis. Imaginamos, así, la posibilidad de “atravesar” el objeto derecho con la categoría “opinión pública” para obtener una imagen más completa de los fenómenos jurídicos.

En esta inteligencia, resulta una verdad de Perogrullo que Derecho y Política no pueden distanciarse y que analizar y comprender la relación entre ambos resulta insoslayable en el marco de un Estado Democrático de Derecho. Además, hemos visto que la opinión pública, independientemente de la noción que de ella se tenga, influye notoriamente en la práctica política, en el poder social que la sostiene y hace posible, ya se trate de materia eleccionaria o legislativa.

Luego de haber recorrido el pensamiento de los autores propuestos, estamos en condiciones de diagramar, a grandes rasgos, dos perspectivas distintas de la opinión pública que nos servirán, por ahora, para responder a una pregunta esencial: ¿debe influenciar la opinión pública en el Derecho? O más específicamente: ¿debe la creación, modificación o derogación de normas -leyes, decretos e incluso sentencias- coincidir con la opinión pública?

⁹⁹ Ibídem, Pág. 161.

La primera de estas perspectivas la encarnaremos en Noelle-Neumann -quizá también en Gabriel Tarde- y la segunda en Jürgen Habermas -donde podríamos incluir a Bourdieu o Cossio-. A continuación trazaremos algunas diferencias entre ambas posturas para luego intentar inferir, de manera breve, cuáles serían las consecuencias de una y otra.

Primero, en la posición de Noelle-Neumann la opinión pública no refiere a un tema particular -a la cuestión política- sino que está determinada por la agenda pública instalada por los medios masivos de comunicación¹⁰⁰. Habermas coincide grosso modo con esto, pero establece una división tajante entre ser y deber ser e imagina, en este último caso, una opinión pública ideal, conforme a su génesis, donde la sociedad civil dialogue y limite políticamente el poder del Estado. En este caso, es el espacio público a través de un diálogo ético el que determina los temas de interés, lo que merece discutirse.

Segundo, a contrario de la idea que el hombre actúa en razón de fama, reconocimiento, honor, dinero o, en fin, poder; hemos visto que Noelle-Neumann presenta una suerte de naturaleza social humana que mueve a los individuos a actuar de acuerdo a lo que los demás piensan de uno, o más precisamente, a lo que el sujeto cree que los demás opinarán. Sólo los más intrépidos -la vanguardia- o los más conservadores -el núcleo duro- serán los que se opongan a la opinión de la mayoría. De esta manera, es el miedo al aislamiento y no el poder lo que pone en marcha la espiral del silencio, cuestión que la diferencia notablemente de Bourdieu, por ejemplo, quien ve en la búsqueda de capital (poder) el motivo de lucha dentro de los campos. A diferencia de la posición racionalista, que da como resultado un hombre fuerte y decidido a la vez que

¹⁰⁰ Al respecto dice: "la opinión pública -se refiera al cambio o a la defensa de posiciones establecidas y consolidadas- no está restringida a ningún tema particular. De lo que se trata es de la aprobación o la desaprobación de opiniones y comportamientos observables públicamente. Se trata de la aprobación o la desaprobación perceptible para el individuo". NOELLE-NEUMANN, Op. Cit. Pág. 48.

egocéntrico y, a veces, hasta despiadado; Noelle-Neumann nos presenta un hombre temeroso, sujeto a la masa, a las impresiones generales¹⁰¹.

Tercero, para Noelle-Nuemann “no hay restricción respecto al tema de quién es el portador de la opinión que hay que tener en cuenta [...] la opinión pública no les pertenece sólo a los que sienten esa vocación o a los críticos talentosos, al “público políticamente activo” de Habermas [...] todos estamos implicados”.¹⁰² La cita parece no requerir demasiadas precisiones, como la posición de Noelle-Neumann se basa en una naturaleza social del hombre que lo hace temer el aislamiento, y que el mismo a su vez no escoge los temas sobre los que debe opinar, resulta innecesario que las personas tengan determinada calidad para poder hacerlo; es una cuestión irracional, inconsciente. Muy por el contrario, la posición de Habermas o Cossio -quien especialmente divide a la opinión pública en estratos-, refiere a la posibilidad de un sujeto racional y libre, lo que significa un cierto distanciamiento con la masa, incluso algún sesgo elitista si se quiere¹⁰³, que restringe la posibilidad de representar a la opinión pública a aquellas personas que reúnen determinadas calidades¹⁰⁴.

¹⁰¹ Es por razones como la presentada que la autora reconoce que: “la espiral del silencio no es compatible con el ideal democrático, ya que esta teoría no trata temas como la naturaleza social del hombre, la psicología social o el origen de la cohesión social”. *Ibíd*em, Pág. 177.

¹⁰² *Ibíd*em, Pág. 49

¹⁰³ En razón de evitar equivocaciones, no utilizamos aquí el término “elitista” en sentido peyorativo. Existe una distancia enorme y razones totalmente diferentes entre el elitismo de Gabriel Tarde y el de Jürgen Habermas, por citar ejemplos ya desarrollados en el presente trabajo.

¹⁰⁴ El supuesto planteado por Cossio resulta sumamente ilustrativo, ya que en las relaciones de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba que se entablan entre la Opinión Pública -tercer estrato- y la Opinión Técnica -segundo estrato- y la masa, son las primeras las que deben marcar el camino, el pensamiento o debate correcto, encarrilarla.

Advertidas las diferencias y caracterizadas las posiciones, estará en cada uno escoger la que considere más acorde a sus objetivos académicos. La postura de Habermas, por citar el caso, está preconcebida por el autor como un elemento de crítica social, para él los operadores jurídicos deberían atender a la opinión pública antes de tomar la decisión de sancionar o derogar una norma, pero no, claro está, la opinión manipulada, no la surgida de los medios de capitales privados, sino la opinión crítica, propia del espacio público, surgida de una argumentación válida, ética, legítima.

Juguemos con algunos ejemplos. Durante el año 2008, la Argentina se vio inmersa en un feroz conflicto entre la mayor parte del sector agropecuario y el Gobierno Nacional y algunas organizaciones y sectores afines respecto a la famosa Resolución 125/08 del Ministerio de Economía que establecía "retenciones móviles" a la producción granaria. La opinión pública en ese momento pareció dividirse en un tema supuestamente esencial para la vida de todos los argentinos: si debían o no debían pagarse impuestos extras. Sin embargo, imaginemos por un momento un espacio público, digamos una Universidad, que convoque a un debate a politólogos, sociólogos, abogados, médicos, ingenieros agropecuarios, ambientalistas, etc. ¿Acaso se habrían planteado las retenciones móviles como el quid de la política agropecuaria? ¿Acaso no se habría hablado del problema de los alimentos transgénicos, el monocultivo, el abuso de agroquímicos? Pequemos, quizá, de utópicos: ¿acaso no se habría planteado la necesidad de una reforma agraria?

Por su parte, Noelle-Neumann plantea en su obra, sin demasiada extensión y, seremos rigurosos, sin demasiado éxito, esta dicotomía de si la opinión pública debería o no marcar el camino de las leyes. Expresa por un lado que la legislación no debería caer siempre en la celeridad que plantea la espiral del silencio, que demanda soluciones inmediatas a problemas muchas veces pasajeros, ya que se correría el riesgo de perder la seguridad jurídica. Pero por otro lado, también plantea que las leyes no pueden ser eternas, que tarde o temprano deben ajustarse a la costumbre ya que muchas veces las personas prefieren evitar el aislamiento social aun a riesgo de violar una norma jurídica que exprese lo contrario.

Existe, eso sí, un análisis muy interesante respecto a cómo la relación entre la ley y la opinión pública puede proceder en la dirección contraria, es decir, cómo las leyes pueden establecerse o cambiarse para influir sobre la opinión pública en la dirección deseada. Al respecto, Noelle-Neumann trae a colación una idea de Albert V. Dicey que luego fue confirmada por estudios posteriores: la aprobación de una ley hace aumentar su aceptación. Dentro de su teoría, esto se explica gracias a que el miedo al aislamiento que se experimenta al apoyar algo disminuye cuando eso se convierte en ley (que, en el última instancia, sería la expresión de la mayoría legislativa necesaria para dictarla).

Jugaremos ahora con otros ejemplos. No hace muchos años se promulgó en la Argentina la ley que modifica el Código Civil y permite contraer matrimonio a personas del mismo sexo. No hay dudas que durante mucho tiempo fue creciendo una espiral del silencio que mostraba como mayoritaria la posición que demandaba este derecho, como así tampoco hay dudas que desde la sanción de esta ley, salvo por un núcleo duro que podemos encarnar -*grosso modo* y siendo injustos- en la Iglesia Católica, la mayor parte de las personas ha terminado por ver con buenos ojos esta situación. En efecto, son pocos los que hoy en día se atreverían a denostar públicamente al "matrimonio igualitario". Sin embargo, cabe hacernos la pregunta de si era realmente mayoritaria esta posición o si, por el contrario, la gente percibía, influenciada por los medios de comunicación y personas destacadas, un clima de opinión que no era el verdadero. Se trata de una situación no tan hipotética si tenemos en cuenta que nuestro país, virtualmente federal y realmente unitario, contiene colectivos sociales significativamente distintos entre una provincia y otra, entre la ciudad y el campo, entre las capas bajas, medias y altas. En la Argentina la opinión pública es la opinión de la Capital Federal, algunos sectores de la provincia de Buenos Aires y las principales urbes del litoral, por lo que bajo ningún aspecto podemos afirmar que "todos los argentinos" querían la sanción de esta ley.

Los ejemplos referidos no pretenden ser más que eso, ejemplos de que no existe una idea única o un análisis exacto sobre lo que la opinión pública es, pero que al mismo tiempo siempre podemos utilizar alguna de estas posturas y profundizar la mirada que tenemos de la realidad. Lo importante es siempre dar el debate, incluso forzarlo si es necesario, para no caer en el letargo de creer que la sociedad que nos rodea no tiene explicación o posibilidad de cambiar.