

Los momentos de la opinión pública y la medición de la opinión pública

Guillem Carbonell García
Máster en Comunicación, cultura, sociedad y política
Opinión pública y participación
Ensayo crítico
UNED 2021

Afirmó Pierre Bordieu, con cierta sorna, que «la opinión pública no existe»¹. El aserto —hermanado con «la Guerra del Golfo jamás sucedió»² de Baudrillard— encierra no obstante un interrogante sobre su sustancia: ¿qué es la *opinión pública*? Del mismo modo que la guerra para Baudrillard se torna *hiperreal* —una reconstrucción mediada que convierte el conflicto *de facto* en una serie de *narrativas* alineadas con cada uno de los medios que las comunican—, la fundamentación del concepto de opinión pública exige que resolvamos la distancia entre su dimensión ontológica —la opinión de las personas, y de qué personas— y su dimensión epistemológica —qué podemos conocer acerca de la opinión de las personas, y de qué forma podemos conocerlo—.

En este sentido, lo que se entiende por *opinión pública* ha ido variando desde la Ilustración hasta nuestros días, por lo que una exploración del concepto nos exige dilucidar su evolución a través de las distintas etapas en las que se ha gestado. En sintonía con Gonzalo Capellán, los momentos de la opinión pública han atravesado etapas coincidentes con el paso del Antiguo al Nuevo régimen, el desarrollo de la sociedad de masas y sus sistemas democráticos, y más adelante la consolidación de los medios de comunicación de masas y el aparato político electoral³.

«Antes de la puesta en escena política del concepto, existe una puesta en escena literaria donde los filósofos de la Ilustración pretenden actuar como guías de la verdadera opinión»⁴. Lejos de ser una realidad social, la *opinión pública* empieza siendo un ideal filosófico alineado con los intereses de la burguesía revolucionaria que activa la Revolución Francesa —a la que llaman *opinion publique*⁵—. Ello implica que, en oposición a la idea de que cualquier ciudadano es participante, su consideración se resume en una suerte de "voluntad popular" que toma por axioma que la voluntad pertenece a una élite, no al pueblo en su conjunto —pues se le considera ignorante—, que alinea por virtud de la razón democrática los intereses de ciertos

¹ Bordieu, 2000.

² Baudrillard, 1995.

³ Capellán, 2008.

⁴ Mañas, 2008, p. 213.

⁵ Habermas, 1964.

civiles con la civilidad global; frente a las consideraciones monárquicas y/o teocráticas sobre las decisiones públicas. En resumen, «los filósofos que teorizan la idea de opinión, en realidad desean convencer a sus lectores de su propio protagonismo como guías y maestros de esta poderosa fuerza»⁶.

Contraria a esta consideración centroeuropea, la democracia anglosajona —imbuida de la tradición protestante frente a la moral católica de sus vecinos— propone una ciudadanía de carácter más liberal que revolucionario, en alusión a la diversidad de opiniones presentes y su puesta en común a través del parlamentarismo. Por ende, nace en este momento también la consideración de que la opinión pública sea un concepto heterogéneo, no liderado por una élite ni adscrito a una verdad absoluta —a la que llaman *public opinion*⁷—.

En este contexto, empieza a quedar claro que el propio concepto no alude a «un público que encuentra un referente real, sino [a] un público “soñado” [...] Encontramos un discurso pretendidamente descriptivo sobre el error de las opiniones de las masas que contrasta con un discurso normativo sobre la verdad infalible de la opinión legítima»⁸. Conforme Occidente pasa del Viejo al Nuevo régimen y conforme se desarrollan los medios de comunicación —cuyo momento capitular se sitúa en la invención de la imprenta y en la industria periodística que esta engendra—, definidos los procesos culturales por la dialéctica Hegeliana de tesis-antítesis-síntesis, empieza a ser patente que la opinión del público no es la opinión de *un* público, sino la suma de todos los actores sociales que tratan de hacer valer su opinión sobre la cosa pública; y ello incluye tanto a las élites burguesas como a la clase trabajadora, a los políticos en el cargo y a los aspirantes, las relaciones de abajo arriba y de arriba abajo, etc. En suma, se empieza a considerar que la opinión pública debe emanar, en lugar de hacerlo desde tal o cual actor o criterio necesario, de lo que siglos más tarde Habermas definirá como la *esfera pública*, inspirado por el ideal público de la Grecia Clásica: «la sociedad como un territorio de la autonomía privada; un poder público limitado a unas cuantas funciones; y el espacio público de la gente privada, consiste en ciudadanos que transmiten las necesidades de la sociedad burguesa para convertir a la autoridad política en una instancia racional»⁹. Claro que en este momento las técnicas demoscópicas no se habían desarrollado con la certidumbre metodológica y estadística de nuestros días, por lo que para conocer el *zeitgeist* de cada lugar eran necesarias otras prácticas más abstractas; como el espionaje en tabernáculos o la negociación a través de representantes civiles —como podía ser el miembro de un gremio en el Antiguo Régimen o un líder sindical en el Nuevo—.

Entre tanto, todavía sucedería otro giro en el concepto antes de llegar a la consideración posmoderna de la opinión del público.

Conforme se desarrollan las democracias liberales, se hace patente que la pérdida de poder de los monarcas comporta un aumento de poder de los gobiernos electos. Si antes el poder se imponía por la fuerza, ahora se ha de imponer por la razón, y ello implica que una democracia necesite ponderar las distintas voluntades populares para su autogobierno en función de la información y opinión que se tiene de sus gobernantes. «Será desde el período revolucionario cuando las autoridades comienzan a preocuparse de forma más o menos

⁶ Mañas, 2008, p. 214.

⁷ Habermas, 1964.

⁸ Mañas, 2008, p. 219.

⁹ Habermas, 1964.

sistemática por obtener información sobre la “situación moral y política”»¹⁰. Es en este momento donde empieza a surgir la necesidad de encuestar; a modo de auscultación por parte del poder político de la opinión de su electorado en relación a las políticas adoptadas. A partir de entonces la cultura política asumirá estas prácticas como legítimas, llegando a perpetuar su uso tras las restauraciones monárquicas —como es el caso de Francia y España—. Y en la medida en que se universalizó el sufragio, esta tendencia se consolidaría como una forma de acotar la voluntad general de una mayoría a la que se consideraba con potestad civil pero iletrada. Conforme se impuso el sufragio de la ciudadanía, se hizo necesario que los gobernantes aventurasen tal sufragio; práctica que podría evitar asimetrías en los objetivos de los distintos grupos a fin de evitar revueltas.

En adelante, Estados Unidos viviría un auge paulatino de las encuestas, en sintonía con sus sistema electoral con tendencia bipartidista. Adelantándose a las elecciones de 1824, la *Raleigh Star and North Carolina State Gazette* y el *Wilmington American Watchman and Delaware Advertiser* trataron de aventurar los resultados. El hito de esta moda sucedió en 1916, cuando una revista popular llamada *The Literary Digest* consiguió predecir la victoria del candidato Woodrow Wilson.

En la medida en que se sofisticaba la técnica electoral, también lo hace el aparato político. Con el desarrollo de los medios entre la Segunda Guerra Mundial y la actualidad —donde la radio y el cine se imponen, para que luego lo haga internet—, la esfera pública pasa de considerar ciudadanía, políticos y medios como tres entes que interactúan entre sí a aceptar que los medios son el espacio mismo de la interacción¹¹. Esta traslación de la política desde la calle al discurso radiado, diferenciada por su inmediatez y alcance, profesionaliza a los candidatos en función de su telegenia a la vez que aumenta la competitividad por hacerse con el poder. Traduciendo este fenómeno al momento de la opinión pública, ya no depende de políticos en exclusiva, sino de entidades privadas —asesores, institutos demoscópicos, la academia, empresas, etc.— el estudiar qué opinan las personas en sus contextos. Y, por extensión, el estudio de la opinión pública se traslada también a departamentos de mercadotecnia de sectores que esquivan la política.

Imbricado en este contexto, Bordieu plantea una visión crítica sobre la realización de encuestas que matizará la confianza que se empieza a tener en ellas. En resumidas cuentas, además de las consideraciones estadísticas y de segmentación, hay que contemplar que aunque todo el mundo pueda responder encuestas existen vicios en la realización de las mismas que tienen que ver con el propio entrevistado: no todo el mundo tiene por qué tener una opinión, no todas las opiniones valen lo mismo —lo que plantea la distinción entre investigación cuantitativa y cualitativa— y el entrevistador, en su trabajo fabricando la herramienta, tiende a imponer los temas sobre quien pregunta —en oposición a las entrevistas en profundidad o las encuestas deliberativas¹², donde el entrevistado puede promocionar su propia agenda sobre los intereses específicos de quien le investiga—.

¹⁰ Mañas, 2008, 223.

¹¹ Mazzoleni, 2010, pp. 26-30.

¹² Cuesta, 2008.

De forma subsiguiente, se considerarán nuevas formas de participación; como son el debate público¹³, los grupos de discusión o los *focus groups*¹⁴ anglosajones. Estas formas redefinen el paradigma de la encuestación, dando lugar a espacios más directos y con un criterio que también implica la interacción entre participantes —*inter pares*—; lo que, a pesar de poder sesgar los resultados por el *efecto group-thinking*, se resuelve en una consideración más holística y un planteamiento de los problemas más bidireccional que impuesto. Respectivamente, las tres técnicas consisten en: la inclusión de una masa ciudadana en procesos deliberativos locales como son los cantones suizos; la realización al unísono de una encuesta cualitativa a un grupo de personas; y la presentación dirigida de unos argumentos frente a un nicho con el fin de modelar el resultado final.

En definitiva, la consideración y estudio de la opinión pública nace como una práctica que trata de legitimar a la élite revolucionaria europea del siglo XVIII, pero se consolida conforme las revoluciones transforman al siervo en ciudadano por el propio miedo de los revolucionarios de perder el control sobre la gleba que les apoya, y se sofisticada y populariza en la medida en que los distintos actores de la democracia liberal necesitan entender su entorno social para actuar en consecuencia. En cuanto a las técnicas, pasamos de la escucha a la estadística, para llegar a formas cualitativas más cercanas al objeto de estudio¹⁵.

¹³ Delaunay, 2008.

¹⁴ Guitiérrez, 2011.

¹⁵ Mañas, 2012.

FUENTES

Baudrillard, Jean. *The Gulf War Did Not Take Place*. Bloomington, In, Indiana University Press, 1995.

Bourdieu, Pierre (2000): "La opinión pública no existe". En *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Istmo, pp. 220-232.

Capellán de Miguel, Gonzalo (2008): "Introducción: los 'momentos' de la opinión pública". En Capellán, G., *Opinión Pública. Historia y Presente*. Madrid: Trotta.

Cuesta, María. et al. (2008): Encuesta Deliberativa. Cuadernos metodológicos, nº 45. Madrid: CIS

Delaunay, Bénédicte. (2008): "El Debate Público". *Ambiente y Derecho* (6), pp.23-33

Fishkin, James S. & Luskin, Robert (2005). "Experimenting with a Democratic Ideal: Deliberative Polling and Public Opinion". *Acta Política* (40), pp. 284-298

Gutiérrez, J. (2011), "Grupo de Discusión: ¿Prolongación, variación o ruptura con el focus group?", en *Cinta moebio*, n 41, pp 105-122.

Habermas, Jürgen. "La Esfera Pública." *Esferapublica.org*, 1964, esferapublica.org/esferapublica.htm. Accessed 13 May 2021. Tomado de: Nexos, número 224, Agosto de 1996. http://www.nexos.com.mx/archivo_nexos/detalle.asp?id=4136 [Febrero 28, 2001]. Traducción de José María Pérez Gay.

Mañas, Beatriz (2008): "La medida de la opinión pública. Una mirada sociológica". En Capellán, G., *Opinión Pública. Historia y Presente*. Madrid: Trotta.

Mañas, Beatriz (2012): "Institutional research on public opinion and participative devices. From polls to public debate". *Revista Internacional de Sociología* (70) nº extra 2, pp. 19-44

Gianpietro Mazzoleni, et al. *La comunicación política*. Madrid, Alianza, 2010.