

LA REINA DEL MUNDO
REFLEXIONES SOBRE LA HISTORIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Aurora Garrido Martín

Lourdes Vinuesa Tejero

Editoras

© LA REINA DEL MUNDO: REFLEXIONES SOBRE LA HISTORIA DE LA
OPINIÓN PÚBLICA

Edita: Aurora Garrido Martín, Lourdes Vinuesa Tejero

Autores: Víctor Rodríguez, Aurora Garrido, Candido Monzon, Raul Gabas, Alejandro
Almazan, Beatriz Mañas, Juan Ignacio Rospir, Cesar García, Lourdes Vinuesa

I.S.B.N.: 978-84-695-8594-8

Depósito Legal: SA-555-2013

Imprime: Tratamiento Gráfico del Documento

Avda. Los Castros s/n, 39005 Santander

Telf: 942 20 11 08

Email: tgd@ono.com

tgd@edicionestgd.com

ÍNDICE

Presentación	5
---------------------------	----------

PRENSA Y DISCURSOS POLÍTICOS

Vidas paralelas: opinión pública y prensa en España (1808-1914).....	9
<i>Víctor Rodríguez Infiesta</i>	

El “vocero de la opinión”: el uso del concepto <i>opinión pública</i> en el discurso del Parlamento en la España liberal (1875-1923).....	39
<i>Aurora Garrido Martín</i>	

RACIONALIDAD E IRRACIONALIDAD

La dialéctica entre lo racional y lo irracional en la historia de la opinión pública. La Ilustración y el liberalismo	71
<i>Cándido Monzón Arribas</i>	

Los afectos y los símbolos en la opinión pública.....	99
<i>Raúl Gabás Pallás</i>	

EL ESTUDIO EMPÍRICO: ENFOQUES ALTERNATIVOS

Viejas y nuevas formas de estudiar la opinión pública	127
<i>Alejandro Almazán Llorente</i>	

Más allá de los sondeos: hacia un estudio discursivo de la opinión pública.....	147
<i>Beatriz Mañas Ramírez</i>	

IV. EL ÁMBITO ACADÉMICO

Opinión pública: narraciones históricas	175
<i>Juan Ignacio Rospir Zavala</i>	
Bases para una perspectiva integrada de la teoría de la opinión pública y las relaciones públicas. La contribución de Walter Lippmann y Jurgen Habermas	205
<i>César García</i>	
La opinión pública en el ámbito académico: investigación y docencia	231
<i>Lourdes Vinuesa Tejero</i>	
Nota biográfica de los autores	257

PRESENTACIÓN

La soberanía de la opinión pública fue proclamada por las revoluciones liberales como sustitución de la tradicional soberanía absolutista del Monarca. Se consolidaba, entonces, un nuevo principio de legitimación del poder asociado a los gobiernos representativos, de carácter simbólico y abstracto pero con fuerza moral y política. La opinión pública se convirtió en la nueva “reina del mundo”, una expresión reiterada exhaustivamente a lo largo del todo el siglo XIX para definir a la opinión pública¹ y, comúnmente, atribuida al científico y filósofo francés del siglo XVII Blaise Pascal, quien en sus *Pensamientos* incluía el siguiente aserto: “[...] la opinión es como la reina del mundo, pero la fuerza es su tirana”². Como señala Fernández Sarasola, Pascal anticipó, sin pretenderlo, la relación que establecerá el liberalismo entre la opinión pública y el Estado, que convirtió a la opinión de la sociedad en guía y vigilante del poder público, de la fuerza pública, para evitar su tiranía³.

Es a esta opinión pública, entronizada metafóricamente por el liberalismo como “reina del mundo”, a la que está dedicada el trabajo que presentamos. Éste constituye uno de los resultados del proyecto de Plan Nacional de I+D+i, “Los ‘momentos’ históricos de la opinión pública: de la Revolución Francesa a la actualidad” (HAR2009-08461), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, y está integrado por nueve aportaciones que conforman una aproximación plural al estudio del fenómeno de la opinión pública. Se trata de una obra sobre su evolución histórica abordada desde

¹ Obviamente, son muchos los trabajos de carácter nacional e internacional en los que aparece referida dicha metáfora; pero, como un ejemplo sobre su utilización en el ámbito iberoamericano, puede verse el capítulo titulado “Opinión Pública”, en Javier Fernández Sebastián (Dir.), *Diccionario político y social del mundo iberoamericano. La era de las revoluciones, 1750-1850*, Madrid, Fundación Carolina/Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales/Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2009, pp. 979-1113.

² La cita completa dice así: “El imperio fundado sobre la opinión y la imaginación reina durante algún tiempo, y este imperio es dulce y voluntario; el de la fuerza reina siempre. Así, la opinión es como la reina del mundo, pero la fuerza es su tirana”. Blais Pascal, *Pensamientos*, Alianza Editorial, Libro de Bolsillo. Humanidades, nº 4458, oct. 2004, 311, p. 88. Hay edición francesa, B. Pascal, *Pensées*, París, Garnier-Flammarion, 1976, 311-665, p. 139.

³ Ignacio Fernández Sarasola, “Opinión pública y libertades de expresión en el constitucionalismo español (1726-1845)”, *Historia Constitucional* (revista electrónica), nº 7, 2006, pp. 160-161. (<http://hc.rediris.es/07/index.html>)

un enfoque de carácter multidisciplinar, en la que se conjugan las perspectivas de análisis de la historiografía, la filosofía, la sociología y las ciencias de la información con el propósito de conocer en profundidad las distintas facetas de la realidad de un objeto de estudio de naturaleza esencialmente poliédrica. La finalidad última perseguida es la de presentar una visión global del fenómeno de la opinión pública a través de un trabajo de amplias dimensiones cronológicas y temáticas que contempla a la opinión pública en toda su dimensión.

PRENSA Y DISCURSOS POLÍTICOS

VIDAS PARALELAS: OPINIÓN PÚBLICA Y PRENSA EN ESPAÑA (1808-1914)

Víctor Rodríguez Infiesta

1. INTRODUCCIÓN

Con el comienzo de la Guerra de la Independencia, en 1808, además de ponerse en marcha otras transformaciones decisivas se abre un tiempo nuevo para el periodismo español. Los primeros balbuceos del liberalismo vienen acompañados por el surgimiento de numerosos periódicos, amparados por una libertad de imprenta sobrevenida al calor de los acontecimientos y más tarde sancionada legalmente. El marco jurídico en el que se mueve desde entonces la prensa le será más o menos favorable, al hilo de los posteriores vaivenes políticos, pero en todo caso a partir de los años cuarenta del siglo XIX pueden darse por concluidos los tiempos de lo que Fuentes y Fernández Sebastián denominan “la difícil construcción de un régimen de opinión pública”¹. Y ello no porque las dificultades desaparecieran del horizonte en 1840, sino porque desde entonces se hace más evidente que ya no es posible el restablecimiento del Antiguo Régimen.

Sobre estos cimientos se desarrolla la prensa española a partir de dos modelos principales, cuyos antecedentes están ya en los primeros años del siglo: la prensa política o de partido y el periodismo predominantemente informativo-industrial, que con el tiempo acabaría por ocupar posiciones hegemónicas. Como es lógico, uno de los principales elementos que condicionan esta evolución es la capacidad y voluntad de lectura a lo largo del tiempo. Los datos procedentes de los censos de población, aunque pueden ser interpretados de distinto modo, muestran como rasgo básico un lento ascenso de las tasas de alfabetización en el siglo XIX (75,5% de analfabetos sobre la población total en 1860, 72% en 1877, 68% en 1887 y 63,8% en 1900) para progresar

¹Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández Sebastián, *Historia del periodismo español*, Madrid, Síntesis, 1998, pp. 47 ss.

más rápidamente durante la siguiente centuria (considerando ahora a los mayores de 10 años: 56,2% de analfabetos en 1900, 50,6% en 1910 y 43,3% una década más tarde, acentuándose la tendencia en los siguientes censos)². La distancia con respecto a los países más avanzados es, en todo caso, muy grande; y lo mismo sucede, al margen de otros factores diferenciales, respecto a las tiradas de los principales diarios.

De todos modos, también aquí el avance es muy importante. Si a principios del siglo XIX la prensa española procede de una pequeña minoría ilustrada que escribe para las élites, en las décadas iniciales del nuevo siglo estamos ya en los inicios de una prensa que pretende orientarse a las masas, al tiempo que evoluciona igualmente la infraestructura informativa. Las iniciativas estrictamente personales que están detrás de muchos periódicos a principios del ochocientos darán paso más adelante a figuras como la del propietario-director, las empresas familiares y las sociedades mercantiles de distinto tipo, entre las que cabe destacar como un signo de evolución hacia un modelo empresarial desarrollado la aparición de sociedades anónimas y más tarde, en 1906, del denominado *trust* de la prensa, la Sociedad Editorial de España.³

Los adelantos técnicos se incorporaban a este proceso permitiendo las grandes tiradas e impulsando una modernización empresarial que, entre otras cosas, se explica por la necesidad de importantes inversiones en un mercado cada vez más competitivo. La fabricación rápida y barata de papel, la introducción de las primeras rotativas ya avanzada la segunda mitad del siglo XIX, las primeras linotipias en torno a 1900, eran todos avances técnicos necesarios que a su vez se levantaban sobre un sustrato de profundas transformaciones sociales. En efecto, la curva ascendente de las tiradas de la prensa española, hasta llegar a cifras razonables para erigirse con alguna credibilidad como portavoz de la opinión pública, sólo podía ser posible a partir de otros factores. Algunos de estos últimos eran específicos de la historia de la comunicación social, como la capacidad para mantener un precio de venta reducido con el apoyo de la publicidad; otros eran de importancia tan universal como los condicionantes

² Datos elaborados por Antonio Viñao a partir de los distintos censos de población, en: Agustín Escolano, “Leer y escribir en España. Doscientos años de alfabetización”, en A. Escolano (Dir.), *Leer y escribir en España*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992, pp. 13-44. Naturalmente, las cifras globales aquí señaladas ocultan importantes diferencias internas, con una población femenina en todo momento menos alfabetizada que la masculina, notables disparidades regionales o divergencias en función de la pertenencia a un determinado grupo social, a las que se añaden factores de tanto peso como el desarrollo de la urbanización, por más que no siempre puedan traducirse de inmediato en un retroceso del número de iletrados.

³ Para una visión más detallada: Juan Carlos Sánchez Illán, “La edición de periódicos y la empresa periodística”, en Jesús A. Martínez Martín (Ed.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Madrid, Marcial Pons, 2001, pp. 397-414.

demográficos, el avance de la urbanización, los esfuerzos educativos de distintas instituciones o la democratización de la sociedad.⁴

En cuanto a los actores más visibles de este panorama, los periodistas, hay que tener en cuenta que todavía a principios del siglo XX el periodismo es en España, en la mayoría de los casos, un oficio de remuneración incierta y escasa, para cuyo ejercicio no se necesitan más que algunos conocimientos rudimentarios, y a veces –si media una buena recomendación- ni siquiera eso. El atractivo principal está en la posibilidad de usar el oficio como trampolín para lanzarse a la conquista de otros horizontes más lucrativos, a menudo en el campo de la política. Junto a ello, la necesidad de recurrir al pluriempleo o de completar ingresos acudiendo a medios poco confesables, desde el chantaje hasta la venta de favores, explican en buena medida que el mundo periodístico fuera contemplado con desconfianza por gran parte del público. Sólo a partir de los años diez del siglo XX se dan avances verdaderamente notables, bien que parciales, hacia el establecimiento de una auténtica profesión periodística. Jean-Michel Desvois resume su origen en tres puntos: la aparición de un nuevo tipo de empresas, la actuación estatal y la iniciativa de los propios periodistas.⁵ Con todo, aunque la situación de algunos redactores pudiera mejorar hasta ponerse más o menos al abrigo de las peores tentaciones, las sospechas de corrupción seguían pesando sobre los propietarios de los medios informativos. La propia configuración de los principales diarios, siguiendo planteamientos propios de la prensa de negocio, no contribuía a hacer creíble la acariciada imagen del periódico como portavoz de la opinión mayoritaria.

De todos modos, no cabe olvidar que el panorama general de la prensa española, y más si de lo que se trata es de bosquejar el tema de sus relaciones con la opinión pública, es mucho más complejo que lo que puede apuntarse en unos párrafos introductorios. No hay más que pensar, para percibirlo, en la indiscutible trascendencia de una cuestión tan olvidada por la historiografía como es la distribución de la prensa. Por más que se hubieran dado todas las condiciones descritas anteriormente, necesarias para el despegue de la prensa de masas, sin un sistema de distribución mínimamente fiable jamás habría sido posible alcanzar grandes tiradas. Y es que el medio de comunicación más eficaz de las élites y los gobiernos, la prensa, descansaba sobre una

⁴ Véase: Francisco Iglesias, “Factores históricos de la consolidación de la empresa periodística y las grandes tiradas”, en *Comunicación y estudios universitarios* (Valencia), nº 6, 1996, pp. 25-32. *Cfr.*, en lo relativo a la instalación de las primeras linotipias en España: Juan Carlos Sánchez Illán, *Prensa y política en la España de la Restauración. Rafael Gasset y El Imparcial*, Madrid, Biblioteca Nueva, 1999, p. 45.

⁵ “El estatus de periodista en España de 1898 a 1936: Nacimiento y consolidación de una profesión”. *Comunicación y Estudios Universitarios* (Valencia), nº 6, 1996, pp.33-46.

red de distribución que llegó a hacerse bastante intrincada, pero cuyas ramificaciones últimas estuvieron siempre en manos de hombres y mujeres de la más baja condición social, vendedores situados a menudo en los alrededores de la marginación y que sin embargo, en el caso de actuar unidos, podían convertirse en una fuerza capaz de poner en serias dificultades a las más poderosas empresas periodísticas, incluso de dificultar la comunicación entre gobernantes y gobernados. Hay que recordar, por ejemplo, que el vendedor al número tomaba decisiones sobre qué noticias y cabeceras vocear; que ponía énfasis en una palabra e interpretaba a su modo un titular cuyo contenido podía haberle descrito el capataz del periódico porque no sabía leer. El vendedor simplificaba y a veces tergiversaba el contenido de su mercancía, resumiendo en muy pocas palabras una realidad poliédrica, y esta fórmula condensada era la que se fijaba en la memoria de muchas personas que jamás tuvieron intención de leer un diario. Si sobre el voceo pesaron restricciones legales y prohibiciones en distintos momentos, fue porque se comprendió desde muy pronto que la influencia de la prensa sobre la opinión pública era un proceso más complejo y con más protagonistas de lo que pudiera creerse.⁶

En cualquier caso, no se trata de encajar en los límites de un artículo todo ello, sino de aproximarse al tema, o más exactamente, a ciertos aspectos del mismo. El objeto central de las páginas que siguen es la función que la prensa se atribuye a sí misma con respecto a la opinión pública y las mutaciones que se producen en el papel que juegan ambas esferas. Una cuestión suficientemente compleja y rica en cuanto a las fuentes disponibles como para realizar un primer acercamiento tentativo a partir de distintos frentes. En primer lugar desde unos textos de naturaleza peculiar por el carácter programático de los mismos: los prospectos (impresos en los que se anuncia lo que será la cabecera) y los artículos de presentación de diferentes periódicos en su primer número, con el fin de determinar qué tipo de función reivindican, de hacerlo así, y si existe alguna relación con el tipo de prensa predominante en distintos momentos. A continuación se aborda el tema a partir de las posiciones ideológicas de cierto número de publicaciones, compendiando sus puntos de vista para mejor entender las diferencias entre una izquierda que comienza esperándolo todo del futuro y una derecha que, durante mucho tiempo en España, cuenta con la ventaja del número salvo en algunos

⁶ Aunque queda mucho por investigar al respecto, para una visión parcial de algunos aspectos relacionados con la historia de la distribución de la prensa española puede verse: Valentín Alejandro Martínez Fernández, *Historia de la distribución de la prensa*, A Coruña, Diputación Provincial de A Coruña, 2000; Víctor Rodríguez Infesta, “La venta de prensa en España: los inicios del asociacionismo”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 15, 2009, pp. 443-453.

espacios, momentos y sectores sociales concretos. Y por último se ensaya un sucinto recorrido cronológico seleccionando distintos momentos históricos que pueden resultar particularmente elocuentes en futuras investigaciones, además de analizar un poco más en profundidad uno de ellos. En este último caso se trata de aproximarse al uso que hacen los diarios del término que nos ocupa y al modo en que contemplan sus relaciones con la opinión pública, más allá de las intenciones manifiestas. Programas –fuente privilegiada-, ideología y cronología –ejes divisorios casi naturales-, sirven, en definitiva, como base organizativa de este trabajo, para el que se han consultado en torno a un millar de artículos periodísticos.

2. PROSPECTOS, PROGRAMAS Y OTROS DOCUMENTOS

“Tratando de la opinión pública –afirmaba en 1904 Pedro Dorado Montero-, parece que no se puede menos de hablar de la prensa. El nombre de la una evoca inmediata y como indefectiblemente el de la otra, asociadas de una manera estrecha”; y esto era así hasta el punto de que había quien pretendía, según el prestigioso criminalista, identificar abusivamente una y otra.⁷ En efecto, no pocas veces –más adelante se verán algunos ejemplos- la prensa española pareció perder de vista que tal identificación no podría ser nunca total, por más que los puntos de encuentro fueran permanentes.

Las publicaciones periódicas recogieron abundantemente escritos en los que se reflexionaba sobre la opinión pública, su poder, relación con los gobiernos u otras cuestiones, siendo una de las principales fuentes para el estudio de la evolución histórica del concepto. Pero al mismo tiempo la prensa dejó en sus propias columnas un trazo visible de lo que entendía que debía ser su papel con respecto a la opinión pública; trazo que puede seguirse, además de por otros medios, como la bibliografía de época, a través de los prospectos y artículos de presentación de diferentes publicaciones periódicas. Por supuesto, en esta especie de subgénero periodístico, muchas veces no se alude al sintagma que nos interesa, o bien se hace un uso del mismo puramente retórico. Con el tiempo, de hecho, los programas y las presentaciones llegan a convertirse en no pocos casos en un ejercicio de redacción estereotipado. Pero aun cuando no se haga ninguna

⁷ Pedro Dorado, “La opinión y la prensa”, *Nuestro Tiempo* (Madrid), Marzo, 1904, pp. 329-351, p. 336.

referencia directa al punto de encuentro entre prensa y opinión pública, el artículo liminar de un periódico, por su carácter de tal, está siempre relacionado de algún modo con la imagen que la publicación desea proyectar de sí misma y del lugar que reclama en la sociedad.

Partiendo de estos documentos y de otros artículos de similar carácter, la prensa española de las décadas iniciales del siglo XIX pone el acento en su función dirigente de la opinión pública, unas veces insinuándose como guía (*Semanario Patriótico*, *El Mensajero*, *El Zurriago*), otras veces –en ocasiones simultáneamente- atribuyéndose desde opuestas posiciones políticas la labor de ilustrarla (*El Español*, *El Fernandino*, *El Mensajero*, *La Aurora del Comercio*), lo que implica discriminar contenidos y, así lo advierte *La Colmena* en 1820, evitar artículos que “contengan cosas inútiles, o conspiren a extraviar la opinión pública”. Pero dirigir es también dar cohesión a los dirigidos y, en este caso, contribuir a “fomentar el espíritu público” (*Semanario Patriótico*) y, de forma más precisa “fixar la unión vacilante del pueblo español, y reducirlo a la unidad” (*Correo Político y Mercantil de Sevilla*), o, desde un absolutismo respaldado por la reciente toma del poder y apartándose ya de cualquier atisbo de opinión libremente manifestada, procurar que “entre los españoles no haya más que un solo sentimiento, una sola opinión, un solo espíritu” (*El Fernandino*).⁸

Esta función dirigente, que no sólo reclamaba la prensa⁹, sigue manifestándose en los años posteriores. En 1837 el *Observador Pintoresco*, en su primer número, afirmaba que un “público engañado la mayor parte de las veces” había visto cómo “todos [los prospectos] han ofrecido consagrarse, o a difundir las luces, o a dirigir la opinión pública o a fomentar las artes”. A lo largo del periodo estudiado, de forma implícita o explícita, numerosas publicaciones mencionan esta posibilidad de guiar a la opinión, de agitarla, de influir en ella¹⁰; aunque las circunstancias sean ya muy distintas a las del primer liberalismo español. Tanto es así que cuando en 1932 nace *Luz*, un diario más adelante integrado en el denominado “trust azañista”, es posible ya una

⁸ Prospectos de *El Semanario Patriótico* (1808), *El Mensajero* (1820), *El Español* (1810); “Introito”, *El Zurriago* (nº 1, 1821); *El Fernandino de Valencia en Madrid* (nº 1, 14 de junio de 1814); prospecto de *La Aurora del Comercio* (1822); *La Colmena* (nº 1, 17 de marzo de 1820) y el *Correo Político y Mercantil de Sevilla* (1814).

⁹ La Sociedad Patriótica Constitucional de Murcia, por ejemplo, afirmaba en su reglamento que “en una palabra, su empeño [el de estas sociedades] es dirigir la opinión”. Cit. Alberto Gil Novales, *Las Sociedades Patrióticas (1820-1823)*, Madrid, Editorial Tecnos, 1975, p. 371.

¹⁰ Ejemplos en: *El Balear*, nº 1, 1-6-1848; “Mejoras necesarias”, *El Noticiero Balear*, nº 1, 1-4-1891; “Lo que somos”, *El Pueblo* (Mahón), 1-4-1892; “Nuestro Programa”, *La Provincia* (Soria), nº 1, 3-10-1899; “Nuestro Programa”, *La Voz de Castilla*, nº 1, 1-1-1910.

actitud claramente defensiva con respecto a la opinión pública. Había ahora que defender a la República “de los peligros que lleva en sí misma”, y entre éstos “de los errores de la opinión”.¹¹

No mejor suerte corrió la creencia en el poder de la prensa para aunar voluntades. Siguió teorizándose en distintos lugares sobre su “capacidad para sumar adeptos y ser base de organizaciones sociales” de carácter político, como apuntaba la voz “opinión pública” de la *Enciclopedia Jurídica Española* en 1910. Su autor, Gonzalo del Castillo, añadía que “la prensa [es] como la quinta esencia de los derechos de *reunirse y asociarse*”, creando una especie de pensamiento colectivo, expresando la opinión pública y cristalizando “ideas y procedimientos comunes, capaces de dar vida a esas entidades morales caracterizadas por la permanencia, y que hemos denominado *asociaciones políticas*”.¹² Por su parte, en 1915, un periódico portavoz del partido liberal ponía en letras de molde lo que debió ser una creencia muy extendida desde décadas antes, una vez pasado el entusiasmo inicial por el poder transformador del periodismo: “Gran parte de la prensa española, en vez de orientar, de encauzar hacia un mismo punto de acción las distintas fuerzas pasionales de sus lectores, aviva el desacuerdo, robustece tendencias que si no fueran peligrosas podríamos llamar ridículas; predicando simpatías que descubren odios... predicando odios que amagan simpatías”. Más adelante el periódico dejaba constancia de lo desgastadas que estaban ya las primeras y más ingenuas aproximaciones a la cuestión desde posiciones liberales: “¡Opinar, opinar!... Matatiempo de peña o casino, perfectamente legal cuando ya se han cumplido y se llevan al día los deberes de ciudadano, pero grave pecado cuando está todo por hacer, porque encima de malgastar un tiempo precioso, se desvía el espíritu de las gentes”.¹³

En cualquier caso, la función de guía había pasado a un segundo plano mucho tiempo antes. Desde los años veinte del siglo XIX comienza a ser frecuente que además de guiar, educar, formar o cohesionar a la opinión se propongan, simultáneamente, otras opciones. El prospecto de *El Censor*, publicado en 1820, sostenía que en el ánimo de las personas que patrocinaban el periódico estaba “ilustrar y rectificar”¹⁴, pero también,

¹¹ *Luz*, nº 1, 7-1-1932.

¹² Gonzalo del Castillo Alonso, “Opinión pública”, en VV.AA., *Enciclopedia Jurídica Española*, Barcelona, Francisco Seix, 1910, t. XXIII, pp. 797-803.

¹³ “A todos”, *La Ribera del Ebro*, nº 1, 4-7-1915.

¹⁴ El deseo de “rectificar” puede ser entendido como una tarea educadora más de la prensa, aunque también tenga algo de “paso previo a la manipulación de la opinión pública”. En ello hace hincapié,

adicionalmente, denunciar “al tribunal supremo de la opinión pública todo abuso que se hiciere del poder, los vicios en materia de administración, y las exageraciones de patriotismo”¹⁵. Esta labor fiscalizadora, nuevamente retomada por distintos periódicos en los años siguientes, tiene también sus dificultades y –más allá de las declaraciones altisonantes- puede ser origen de no pocas decepciones. En un arranque de sinceridad, un diario que nacía a la sombra del desastre del 98 solicitaba el apoyo constante de la opinión pública para que no se repitiera una situación habitual: “Se comete un abuso [...] y lo primero que se le ocurre al público es acudir a la prensa para que proteste. Y, satisfecha esa necesidad del momento, este mismo público, olvida y deja en el mayor abandono al periódico que fomenta la protesta para corregir el abuso, el atropello o la falta cometida”¹⁶. Una vez más, se imponía el realismo, no siendo suficiente ya con la labor de un periodista heroico constituido en acusador y capaz, con entereza de carácter, de “arrostrar todos los compromisos que surgen de la manifestación de la verdad”¹⁷. Además, hay que tener en cuenta que representar el papel de fiscal era una tarea delicada en extremo y que exigía alguna preparación, como se comprobó con motivo del crimen de la calle Fuencarral, sobre el que se volverá más adelante. Modesto Sánchez Ortiz, un experimentado periodista, se ocupó de la cuestión en uno de los primeros y más brillantes tratados españoles de periodística. Bajo el título “El periódico fiscal. El periódico juez”, el que fuera director de *La Vanguardia* exponía los peligros de esta situación:

“Como intérpretes de la <opinión pública> acusamos, y puesto que esa opinión no se pronuncia allí de otro modo, como intérprete suyo fallamos también de conformidad completa ¿hace falta decirlo? con la acusación. ¡El fiscal intérprete del juez, el juez fonógrafo obligado, fatal, del fiscal... todo ello en un proceso en que el acusado no estuvo presente ni tuvo defensor! ¿Puede darse mayor lógica, mayor garantía de justicia?... Hablando en serio, ¿puede darse mayor abuso de poder, mayor tiranía?”¹⁸

comentando este mismo documento, Gonzalo Capellán de Miguel, en: “La opinión secuestrada: Prensa y opinión pública en el siglo XIX”, *Berceo*, nº 159, 2010, pp. 23-62.

¹⁵ En el mismo año, el prospecto de la *Minerva Española* subrayaba la importancia de que las publicaciones periódicas influyeran de distintos modos en la opinión pública y también que los pueblos libres y deseosos de conservar sus derechos querían “seguir paso a paso sus operaciones [las de los gobiernos]”, algo a lo que coadyuvaba la prensa.

¹⁶ “El público y la prensa”, *El Regional* (Tarragona), nº 1, 5-11-1898.

¹⁷ “Nuestro pensamiento”, *El Correo de Teruel*, nº 1, 3-2-1888.

¹⁸ Modesto Sánchez Ortiz, *El periodismo*, Madrid, M. Romero Impresor, 1903 (reed. Barcelona, 1990), pp. 71-72.

Pero la misión que las publicaciones periódicas se atribuyen más frecuentemente en la segunda mitad del siglo XIX y principios del nuevo siglo no es ninguna de las citadas (guiar, ilustrar, unir, denunciar...), de carácter activo e impulsor, sino la de servir como eco o espejo de la opinión pública, cometido que podemos denominar de carácter reflexivo. En 1814, una vez reinstaurado el absolutismo, el prospecto del *Diario Balear* anunciaba una sección titulada “Barómetro del espíritu público para confusión de los descontentos”, que no era otra cosa que un precedente espurio de esta función, a modo de espejo deformador. Se trataba en realidad de señalar los grados de amor de Fernando VII hacia sus vasallos “y el amor, respeto y entusiasmo de éstos hacia su Real persona”, es decir de guiar una vez más el *espíritu público*¹⁹, contando con él, pero informándole solamente de aquello que favoreciera la imagen del monarca. En un contexto y en un sentido muy distinto se expresaba *El Censor Político y Literario de Murcia*, defendiendo en 1821 la libertad de imprenta como “único eco de la opinión pública después de la abolición de las sociedades patrióticas”²⁰. No tarda en surgir un título harto elocuente: *El Eco de la Opinión* (1834), y poco tiempo después un diario de carácter innovador, *El Español*, que además de promocionarse como punto de encuentro “de las opiniones, las ideas y los sentimientos del país”, insiste en el interés de un periódico que sea “como el espejo en que se reflejen la fisonomía, el movimiento y la vida del pueblo español”²¹.

Durante la Restauración son numerosísimas las publicaciones que aspiran, en sus artículos preliminares, a “recoger las aspiraciones de la opinión pública”, los “ecos de la opinión”, “reflejar [sus] tendencias”, ser su “órgano exacto” y todo tipo de variaciones en torno a la misma idea.²² Muchas cabeceras cultivan esta imagen con distintas

¹⁹ Un término que, si bien no puede considerarse como sinónimo de opinión pública, es usado a menudo en esta época como tal.

²⁰ Prospecto de *El Censor Político y Literario de Murcia*, enero de 1821. En Cádiz, una década antes, en el preámbulo al Decreto IX de 10 de noviembre de 1810 de las Cortes, se indicaba que la libertad de imprenta era “el único camino para llevar al conocimiento de la opinión pública”. Lo que para las Cortes era “único camino” se convertía para el periódico, poco tiempo después de que las sociedades patrióticas fueran desarticuladas, en un recurso “menos eficaz a la verdad, que las arengas verbales que se hallan a los alcances de la clase más numerosa [...]”.

²¹ Prospecto de *El Español*, septiembre de 1835. G. Capellán de Miguel, *op. cit.*, p. 42.

²² “La Unión diario democrático”, *La Unión*, nº 1, 27-7-1878; “A nuestros lectores”, *El Thader*, nº 1, 1-7-1895; “Nuestro programa”, *El Porvenir Segoviano*, nº 1, 1-4-1899; “Prólogo”, *El Porvenir* (Salamanca), nº 1, 12-7-1903; “¿A qué venimos?”, *La Voz de Alicante*, nº 1, 1-2-1904; “Dos palabras”, *El Diario Orcelitano*, nº 1, 3-2-1904; “Presentación”, *Gaceta Política*, nº 1, 1-5-1908; “A nuestros amigos”, *El Eco de Orihuela*, nº 1, 3-11-1909.

expresiones: *La Voz, El Clamor, La Opinión...*;²³ pudiendo llegar muy lejos en el deseo de convencer al lector de lo adecuado del término escogido y adentrándose, al mismo tiempo, en el camino de unos convencionalismos tan generalizados como poco creíbles. Precisamente uno de estos títulos, *El Clamor*, sería usado en 1928 por *Azorín* y Muñoz Seca para llevar a las tablas una farsa en tres actos desarrollada en un ambiente periodístico dominado por la frivolidad y la falta de escrúpulos.²⁴ Pero esto no debe impedirnos reconocer en los periódicos algún rastro del carácter reflexivo que con tanta insistencia proclaman, una inclinación hasta cierto punto ineludible y relacionada con la tendencia a darle al público aquello que desea.²⁵

Un caso interesante del empeño por mostrarse como un simple reflejo de la opinión es el de *El Eco de Salamanca*, que se presenta por primera vez a los lectores mediante un extenso discurso de sabor cientificista en el que fuerza hasta el extremo la analogía eco-prensa, preconizando que su actuación futura se sujetará a la identidad entre uno y otra con la regularidad de una ley inmutable. “El cuerpo productor del sonido de nuestro *Eco* –afirma el periódico- será la opinión pública, la superficie reflectante, la redacción. La reflexión del sonido se halla sujeta a leyes fatales e ineludibles, y el eco no puede escapar a ellas. *El ángulo de incidencia es igual al de reflexión*, primera ley de la reflexión del sonido [...] *El Eco*, pues, tendrá las mismas tendencias, tomará la misma actitud que la opinión pública”²⁶. Prefiriendo esta vez el símil del espejo, Fernando Terren Palacin viene a expresar lo mismo bastante tiempo

²³ Javier Fernández Sebastián y Gonzalo Capellán de Miguel, “Historia del concepto «opinión pública» en España”, en G. Capellán de Miguel (Ed.), *Opinión pública. Historia y presente*, Madrid, Editorial Trotta, 2008, pp. 21-50, p. 40.

²⁴ Tras el estreno, nada bien acogido por la mayoría de los periodistas, *Azorín* fue expulsado de la Asociación de la Prensa de Madrid (véase un relato de los hechos en: Víctor Olmos, *La casa de los periodistas. Asociación de la Prensa de Madrid 1895-1950*, Madrid, APM, 2006, pp. 287-306). En todo caso, la plasmación del mundo periodístico desde el ángulo de lo venal se inscribía en una tradición en la que no faltaron grandes nombres de la novela decimonónica, como Balzac o Maupassant, mientras en España, tanto en el siglo XIX como en las primeras décadas del nuevo siglo, fue abundantemente cultivada la ficción periodística (Bretón de los Herreros, Palacio Valdés, Baroja, Luis Torres, Araquistain, Cansinos Assens, Puig i Ferrer, López Pinillos, Ciges Aparicio y otros) ofreciéndose a menudo un panorama muy poco halagüeño de la profesión.

²⁵ Octavio Aguilera, *Las ideologías en el periodismo*, Madrid, Paraninfo, 1990, p. 122 (referencias a Bernard Berelson y Alfred Sauvy). Del mismo modo, la objetividad, por inalcanzable que resulte en la práctica, cabe ser entendida como lo que Giovanni Bechelloni denomina “una tensión permanente hacia la verdad” (Miquel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1996, p. 175). Para una visión mesurada y más amplia de los medios de comunicación como espejos de la realidad objetiva o como simples creadores de apariencias puede verse: Antonio Parra Pujante, *Periodismo y verdad. Filosofía de la información periodística*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2003.

²⁶ “El Eco”, *El Eco de Salamanca*, nº 1, 1-11-1880. El artículo sigue en la misma línea en los siguientes párrafos, desarrollando paralelismos entre el periódico y la superficie reflectante o la intensidad del eco, y explicando, por ejemplo, que ésta es “igual a la que correspondiera al sonido directo a una distancia del cuerpo productor igual a la suma de las dos distancias, contadas desde el obstáculo a los puntos de producción y recepción”.

más tarde, en un libro dedicado a los futuros periodistas, al afirmar que la prensa “recoge las aspiraciones de la opinión, cual un cristal bien azogado reproduce las imágenes, con minuciosa exactitud”.²⁷ Hasta Alfonso XIII, con motivo de la aparición de *ABC*, avala el ya viejo lugar común declarando que es misión de la prensa “reflejar el estado de la opinión y hacerse eco de sus necesidades sin prejuicios”.²⁸

Por supuesto, las pretensiones manifestadas en otros lugares no siempre resultaron tan ambiciosas, aunque solamente fuera porque lo que se pretendía reflejar con precisión no era la opinión pública en su totalidad sino una porción de la misma, una opinión concreta, adjetivada; la opinión, por ejemplo, de las personas y publicaciones “más eminentes y adictas a la causa católica”.²⁹ Cuando Antonio Maura, en una nota de circunstancias para apoyar el nacimiento de un nuevo órgano conservador en Toledo, alababa el acierto en interpretar unas aspiraciones conservadoras muy arraigadas en el país, estaba muy lejos ya del “cristal bien azogado” de Terren Palacin. El periódico era intermediario que descifraba; y lo mismo entendían sus editores cuando prometían pulsar la opinión e inspirarse en ella, pero “para interpretar fielmente el credo del partido”.³⁰ Era el sino de la prensa política, señalado también por el conde de Romanones en una situación análoga al incidir, saludando a un nuevo periódico liberal, en “la honrosa y abnegada tarea de ser mediadores entre el partido y la opinión pública”.³¹ Aunque no se expresara tan claramente como en la prensa carlista, inmersa en una cultura política muy diferente y dispuesta a prescindir del significado político de la opinión pública³², la prensa de los grandes partidos invalidaba, introduciendo la voz del dirigente entre el periódico y su público, las imágenes más clásicas del periodismo como simple cauce de la opinión. A fin de cuentas, autores como Terren Palacin se inscribían en una tradición de alabanzas a los beneficios del llamado cuarto poder un tanto trasnochadas por su desmesura³³. Más

²⁷ Fernando Terren Palacin, *La carrera de la prensa. De interés especial a la juventud*, Madrid, Librería Fernando Fe, s. f. [1922], p. 79.

²⁸ “El Rey y la Prensa”, *ABC*, nº 1, 1-1-1903.

²⁹ Sanjuán Hermanos, “El Eco Balear”, *El Eco Balear*, nº 1, 2-1-1903.

³⁰ “Nuestra Bandera”, *El Cronista*, nº 1, 1-3-1910.

³¹ Carta del Conde de Romanones a Mariano Pastor, inserta en *El Liberal Arriacense*, nº 1, 10-2-1914.

³² La prensa carlista podía omitir toda justificación relacionada con la opinión pública; su mejor aval era ser el eco, no de ésta, sino de la jerarquía del partido. Por ejemplo, *La Tradición*, de Tortosa (“A los nuestros”, nº 1, 17-6-1911) cimentaba su existencia en ser aceptada “como norma de vuestra conducta político-social, pues que podéis estar seguros de que, haciéndolo, acatáis la voluntad de vuestros jefes, de quienes somos sencillamente porta-voz”.

³³ “Perfecto arquetipo a través del cual deben purificarse todas las instituciones [...] poder de poderes, inmenso y sustantivo [...] tribunal inapelable de la opinión”, tal era la prensa para el autor del libro (F. Terren Palacin, *op. cit.*, p. 12.).

razonables parecían declaraciones como las de *La Región*, un diario mallorquín que en 1912, empeñado en “vivir de la opinión” y en buscarla donde estuviera escondida, se veía obligado simultáneamente a vindicar “esta opinión injustamente motejada, maltrecha por la maledicencia, acusada de inepta por sus detractores [...]”³⁴.

Dorado Montero, por su parte, consideraba que no era la opinión pública la que se expresaba a través de la prensa y la condicionaba, sino más bien a la inversa: “La prensa, antes que espejo reflector, es máquina impulsora, exploradora y directora. Por sus ojos ven y con su criterio juzgan diariamente miles y miles de individuos, que no miran ni juzgan con los propios ojos ni con el propio criterio. Repiten, como el eco, lo que oyen o leen”³⁵. En cambio Eugenio Sellés, en su discurso de recepción en la Real Academia Española, se inclinaba por una opción intermedia que en realidad inclinaba nuevamente la balanza hacia la función de guía. Para el nuevo académico la prensa era “un tornavoz” de la opinión pública, pero actuaba como una suerte de condensador de fuerzas: “ni la engendra ni la hace: la toma hecha y la acumula para distribuirla y dirigirla condensada en movimiento, en luz y en palabras”. Del mismo modo que “el timón al barco”, que “va detrás pero lo guía”, era posible seguir a la opinión y encaminarla al mismo tiempo.³⁶

3. APROXIMACIONES IDEOLÓGICAS

Fuera como fuera, es evidente que las publicaciones periódicas de todos los países han reflejado en mayor o menor medida distintas orientaciones predominantes en torno a la opinión pública. Y ello en distintos niveles, desde un uso que podríamos denominar común e instrumental, prácticamente cotidiano a partir de la segunda mitad del siglo XIX y en todo caso ajeno a cualquier voluntad de examen atento o de definición, hasta diversos grados de teorización esporádica o los niveles más avanzados de análisis, por lo general en revistas o boletines de cierta calidad.³⁷ Quede para otra ocasión el estudio periodístico de esto último, que incluye reseñas, resúmenes de conferencias e incluso la

³⁴ “Lo que somos y a qué venimos”, *La Región* (Palma de Mallorca), nº 1, 5-2-1912.

³⁵ Pedro Dorado, “La opinión y la prensa”, *Nuestro Tiempo* (Madrid), Marzo, 1904, pp. 329-351, p. 344.

³⁶ Eugenio Sellés, “Del periodismo en España” (2 de junio de 1895), cit. en: Carlos Barrera (Ed.), *El periodismo español en su historia*, Barcelona, Editorial Ariel, 2000, pp. 127-146.

³⁷ Véase, respecto a este último nivel de acercamiento: Gonzalo Capellán de Miguel, “El giro científico (1870-1910): hacia un nuevo concepto de opinión pública”, *Historia Contemporánea*, nº 27, 2003, pp. 719-732.

publicación parcial de la que se supone que fue la primera tesis doctoral sobre la opinión pública defendida en España³⁸; y para las páginas siguientes la visión, según afinidades doctrinales, que las publicaciones periódicas tienen de sus particulares relaciones con la opinión pública.

Respecto a las referencias más cotidianas en la prensa española, no cabe duda de que las constantes invocaciones a la opinión pública en escritos y discursos acaban por hacer del término una expresión formularia y multivalente. Así se refleja en periódicos de distinto signo, de manera que mientras en los años ochenta del siglo XIX *El Siglo Futuro*, todavía órgano carlista, ironiza sobre el abuso del término “con todas las construcciones sintácticas de la gramática, con todos los múltiples y variados giros del idioma castellano”, *El Imparcial*, desde unos fundamentos ideológicos muy distintos, reconoce que a la opinión pública “se la invoca, se la lleva y se la trae como un recurso de la retórica aplicada a la política, como un tópico, un pretexto, una especie de tela de la cual es fácil cortar toda clase de vestidos [...]”³⁹. Por supuesto, las alusiones a la opinión pública aparecen casi siempre en el campo del debate político, aunque no falten pervivencias del conocido uso del concepto como reputación.⁴⁰

En lo que tiene de funciones políticas la opinión pública, el liberalismo gaditano consagra su doble labor como guía de los gobiernos y posible reprensor de los mismos. A partir del Trienio Liberal (1820-1823), sin embargo, se produce una diferenciación más precisa según lo que Fernández Sarasola –con este objeto concreto y llegando en su análisis hasta los años cuarenta del ochocientos- sintetiza como pensamiento exaltado progresista por una parte y moderado conservador por otra⁴¹. Las diferencias que interesa destacar están en que, desde la primera perspectiva, los sujetos que forman la opinión pública se definen a partir de la participación activa en la vida política, identificándose con las ideas avanzadas, en tanto que para las fracciones del liberalismo situadas más a la derecha la condición necesaria es cierto grado de ilustración (aunque en ninguno de los dos casos se llegue a adoptar posiciones democráticas). El sector

³⁸ Juan Ignacio Rospir, “La opinión pública en España”, en A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir, J. L. Dader, *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, EUEMA, 1990, pp. 84-145.

³⁹ “La opinión pública”, *El Siglo Futuro*, 12-1-1884; “Satisfacciones debidas”, *El Imparcial*, 2-4-1889.

⁴⁰ Un ejemplo, en su sentido más negativo (“el dicho del murmurador de oficio, la calumnia del bribón, el cuento vil del enredoso [...]”) en: Justo Arteaga Alemparte, “La Opinión pública (una parábola a propósito de una verdad)”, *La América*, 8-7-1860. En esta misma revista, de orientación progresista democrática, puede verse otro ejemplo elocuente en: Javier de Ramírez, “Estudios de costumbres. El monstruo de cien cabezas”, *La América*, 8-4-1861.

⁴¹ Ignacio Fernández Sarasola, “Opinión pública y libertades de expresión en el constitucionalismo español (1726-1845)”, *Historia Constitucional*, nº 7 (2006), pp. 159-186.

moderado es también más restrictivo respecto a los cauces de expresión de la opinión pública, tanto porque no reconoce la validez de algunos de aquellos (levantamientos populares, sociedades patrióticas) como porque, aun coincidiendo en el lugar central que ocupa la prensa, se muestra mucho más prudente con respecto a los límites de la libertad de imprenta.⁴²

En términos generales, no cabe duda de que las publicaciones periódicas afectas al liberalismo avanzado, a la democracia y al republicanismo más tarde, tienden a ser particularmente complacientes con el poder que se le supone a la opinión pública. Ello no excluye, como ya queda apuntado, que se denuncie el hábito de usar el término demasiado a la ligera, tendencia que, acentuándose con el tiempo, puede percibirse desde muy pronto⁴³. Tampoco significa que los apoyos sociales con los que inicialmente cuenta el liberalismo concuerden con aquello que se manifiesta en público. Las posiciones menos inmovilistas actúan con la vista puesta en una opinión pública ideal (libre de prejuicios y fanatismos) además de sugerir ocasionalmente, por ejemplo durante el debate sobre la libertad de imprenta en las Cortes de Cádiz, la esperanza de que mediante la educación o la propia libertad el deseo acabe superando a una realidad que todavía está lejos de las nuevas ideas. La fuerza y al mismo tiempo la debilidad y contradicciones de cierta izquierda estarán, como sucedió desde la Francia revolucionaria, en actuar para un pueblo nuevo y en buena medida situado en el futuro; entretanto las inclinaciones reaccionarias de una importantísima parte de la población podían achacarse a la secular ausencia de un marco propicio a la regeneración de la sociedad.⁴⁴

En todo caso, no es en la prensa políticamente templada donde más se prodigan las declaraciones entusiásticas al estilo de las que hacía un periódico liberal a principios del Trienio: “La opinión es la legisladora del orbe; la que transforma su faz a su arbitrio. La erección o destrucción de los imperios es obra suya; y sólo aquel será subsistente que consiga afianzarla en su favor”⁴⁵. Se trata de un entusiasmo fundamentado desde un punto de vista ideológico y que por añadidura encaja en una fase histórica de valoración positiva de la opinión, coincidente en España, a grandes rasgos, con la primera mitad

⁴² *Ibidem*.

⁴³ Un ejemplo en: “Opinión pública”, *Abeja Española*, 2-11-1812.

⁴⁴ Para los debates sobre la libertad de imprenta véase: José Álvarez Junco y Gregorio de la Fuente Monge, *El nacimiento del periodismo político. La libertad de imprenta en las Cortes de Cádiz (1808-1814)*, Madrid, Ediciones APM, 2009. Sobre las posiciones jacobinas durante la Revolución Francesa: Lucien Jaume, “Les Jacobins et l’opinion publique”, en Serge Bernstein y Odile Rudelle (Dirs.) *Le modèle républicain*, Paris, PUF, 1992, pp. 57-69.

⁴⁵ “Variedades”, *La Abeja del Turia*, 16-5-1820.

del siglo XIX⁴⁶. Más adelante cundirá en distinta medida el desencanto y arreciarán las críticas, tan frecuentes que recién concluido el siglo el rechazo a la opinión pública ha cristalizado en tópico, en lo que un artículo de fondo de *El Imparcial* denuncia como “lugares comunes baratos” y en general falsos.⁴⁷

La prensa conservadora, por su parte, no tiene reparos en dar pruebas de una visión restrictiva del concepto, censitaria incluso. *La Época*, el órgano más autorizado del partido conservador, deja constancia de su postura en noviembre de 1888, en un artículo de fondo a raíz de las manifestaciones populares que se levantan en diferentes lugares contra Cánovas del Castillo. Ante quienes interpretan los sucesos como el “veredicto de la opinión pública”, el diario decide aceptar el “reto en el terreno elegido por el adversario”, oponiendo la “opinión de unos cuantos jóvenes amigos de la bulla” a una amplia lista de personalidades y apellidos ilustres que protestan contra el proceder de los anteriores y son considerados como la mejor representación de distintas provincias. El longevo *Diario de Barcelona*, también desde el campo conservador, lo expresaba sin sombra de dudas: “No hay persona imparcial que no reconozca que la opinión pública está mejor representada por los que agasajaron al Sr. Cánovas que por los que lo silbaron”. Se trataba de “lo más selecto de las clases y de los intereses sociales: eminencias de la cátedra, del foro, de las artes, de la propiedad rural y de la urbana, del comercio, de la industria, de la banca”; y por ello, la consecuencia parece lógica: “¿No es pretensión extravagante, por no calificarla de otra manera, el no dar valor alguno a esta opinión –la de mayor autoridad- y dárselo todo a masas anónimas, sin arraigo alguno, que se manifestaron en sentido opuesto?”⁴⁸

La desconfianza del sistema canovista en la opinión pública, además de beber en la tradición doctrinaria, incidía en la pluralidad de opiniones que se dan necesariamente, cuestión esta última percibida desde tiempo atrás. En una primera aproximación, pudiera parecer que determinadas posturas de la prensa portavoz de la extrema derecha católica serían coincidentes con las manifestaciones de *La Época* o el *Diario de*

⁴⁶ J. Fernández Sebastián y G. Capellán de Miguel, *op. cit.*

⁴⁷ “Ejemplo necesario”, *El Imparcial*, 21-9-1900. El artículo se refiere a algunas declamaciones que “de algún tiempo a esta parte se han puesto de moda”, empeñándose en censurar a la opinión pública por sus extravíos, malas pasiones, tiranía, frivolidad, inconsciencia, ceguera, etcétera. Pero si tales acusaciones fueran ciertas, habría que actuar de acuerdo con ellas: “renunciemos al régimen representativo, y sobre todo al parlamentario, que es esencialmente un régimen de opinión. Volvamos a la autoridad absoluta del monarca colocado en alturas a donde la voz de la opinión no llega [...]”.

⁴⁸ “Significación de las protestas”. *La Época*, 15-11-1888; “No tiene réplica”, *La Época*, 27-11-1888 (transcripción de varios párrafos del diario catalán).

Barcelona⁴⁹. Sin embargo, las publicaciones situadas a la derecha y al margen del sistema liberal ocupaban un espacio inconfundible. Lo primero que llama la atención al analizar alguna de las mismas es el gran número de artículos consagrados al tema de la opinión pública. En el que fue durante años órgano del carlismo y más tarde del integrismo, *El Siglo Futuro*, los artículos específicos sobre la cuestión son una constante, superando a todas luces el interés de la prensa avanzada y reconociendo de este modo la importancia de la crítica a la opinión en un ataque global al liberalismo.⁵⁰

Ya en 1814, recién concluida la primera etapa de implantación del liberalismo en España, *El Censor General* concentraba en sus páginas la crítica de fondo a lo que significaba para los *filósofos* el concepto (“arte de engañar y de seducir”) con su volubilidad y quizás pluralidad (“¿si será esta una opinión pública que venga al reemplazo de la anterior?”). Todavía parecía posible, desde posiciones *serviles*, olvidar lo sucedido durante la Guerra de la Independencia –incluida la emergencia del significado político del concepto- como quien olvida una fiebre pasajera: “ni volver a mentar su nombre propongo en toda mi vida”⁵¹. Evidentemente, la derecha de tendencias absolutistas tuvo que volver muchas veces sobre el tema posteriormente, y lo hizo a través de diferentes caminos. Negando, para empezar, que seguir a la opinión pública pudiera constituir un principio legítimo para el gobierno de las naciones, ya que ello significaba, en palabras de Ortí y Lara, “desligarse de toda norma divina de verdad y honestidad”, y –según *El Siglo Futuro*- sujetarse a “una veleta en día de muchos y contrarios vientos”, a “los caprichos de un niño mal criado, los desvaríos de un loco [...]”⁵². En este sentido, se vuelve una y otra vez sobre la condenación de Jesucristo, supremo ejemplo de los desatinos de la opinión pública y del sufragio. No puede descuidarse la gran capacidad persuasiva que sin duda tuvieron estos argumentos, sobre todo cuando se les añadía una gran carga de emotividad. Un buen ejemplo puede encontrarse en un semanario de importante difusión ligado a la Compañía de Jesús, *La Lectura Dominical*, que en el contexto de la Semana Santa, con un fuerte trasfondo

⁴⁹ Véase, por ejemplo, “Orígenes de la revolución italiana”, *El Siglo Futuro*, 24-8-1886 (artículo tomado de *La Ciencia Cristiana*).

⁵⁰ Solamente entre los artículos publicados bajo el título “La opinión pública” u otros alusivos, como “La reina del mundo”, en los que de forma más o menos directa se aborda el concepto con alguna carga doctrinal, pueden citarse los publicados el 19 de agosto de 1875, 12 de enero de 1884, 27 de abril de 1889, 12 de julio de 1890; y más adelante, en la misma tónica: 14 de julio de 1922, 7 de noviembre de 1923 y 17 de diciembre de 1932.

⁵¹ “Opinión pública”, *El Censor General*, 14-7-1814.

⁵² *El Siglo Futuro*, 13-5-1889 (discurso de J. M. Ortí y Lara); “¿La opinión pública?”, *El Siglo Futuro*, 27-4-1889.

emocional por lo tanto, se zambulle a finales de siglo en los paralelismos entre el presente y el pasado remoto, con el apoyo de imágenes de notable patetismo sobre la Pasión⁵³. Ante una fuerza como aquella, arrolladora, ciega e irresponsable al mismo tiempo, sólo podía haber una actitud de temor.⁵⁴

Ocasionalmente, desde estas posiciones, se profundiza en la cuestión de qué debe entenderse por opinión pública, no siendo necesario más que remitirse al funcionamiento real del sistema político para encontrar respuestas satisfactorias. “Esa señora es –responde *El Siglo Futuro*– en las elecciones, lo que quiere el ministro de la Gobernación”, en la mayoría de los otros casos “la opinión de pocos periódicos”⁵⁵; periódicos, hay que añadir, que se mueven sobre todo por motivos venales. Un opúsculo editado por el Apostolado de la Prensa bajo el título *Los malos periódicos* aludía a los diarios que se proclamaban “eco de la opinión pública y defensor de los intereses del pro común”⁵⁶ con las siguientes palabras: “Éste y los que como éste se anuncian, suelen ser los peores, porque son los más hipócritas; en el fondo de tan aparatoso título no hay más que esto: periódico destinado a dar gusto al público sin respeto a lo divino ni a lo humano, atento a su lucro y esplendor”⁵⁷.

Pero en realidad aquella era una opinión pública “falsamente llamada así”, o bien se trataba de “opiniones públicas artificiales”, sostenidas por periodistas sin escrúpulos y más o menos iniciados en la masonería⁵⁸. Frente a ella había otra opinión pública a la que a veces trató de definirse con términos no tan connotados por el liberalismo (conciencia popular, conciencia pública); un sentimiento común que se había manifestado heroicamente desde tiempos inmemoriales a favor de la religión y seguía manifestándose en la parte más sana de la sociedad⁵⁹. Con ello se entraba sólo

⁵³ Ambrosio, “El Hosanna de la opinión pública”, *La Lectura Dominical*, 26-3-1899.

⁵⁴ Ya en 1783, en el *Journal des princes*, se deducía el carácter espantoso de la unión de estas características al afirmar que la opinión pública es “una mezcla monstruosa de prejuicios, errores y supersticiones a cuya fuerza torrencial nada puede resistir” (*cit.* Javier Fernández Sebastián, “Sobre la construcción, apogeo y crisis del paradigma liberal de la opinión pública: ¿un concepto político euroamericano?”, *Historia Contemporánea*, nº 27, 2003, pp. 539-563, p. 541).

⁵⁵ “La reina del mundo”, *El Siglo Futuro*, 12-7-1890; “Fueros Vascongados”, *El Siglo Futuro*, 2-6-1876.

⁵⁶ El caso más notable fue el de *La Correspondencia de España*, que a diario se erigía en “eco imparcial de la opinión y de la prensa”, lo que a menudo sirvió a otros diarios para referirse al periódico, con ironía, usando la citada locución o bien otras similares que el diario lució en distintos momentos.

⁵⁷ *Los malos periódicos*, Madrid, Apostolado de la Prensa, 1896 (opúsculos del Apostolado de la Prensa, año V, Número L, febrero de 1896), p. 12.

⁵⁸ “Orígenes de la revolución italiana”, *El Siglo Futuro*, 24-8-1886; “Iniciación”, *El Siglo Futuro*, 20-1-1876.

⁵⁹ *El Tío Tremenda o Los Críticos del Malecón*, nº 81 (año 1814); “La Conciencia Popular”, *El Áncora* (Barcelona), 22 de agosto de 1852; “La opinión pública”, *El Siglo Futuro*, 19-8-1875; “Fueros Vascongados”, *El Siglo Futuro*, 2-6-1876; M. G. Elipe, “La opinión pública”, *El Siglo Futuro*, 12-1-1884; “Orígenes de la revolución italiana”, *El Siglo Futuro*, 24-8-1886; “¿La opinión pública?”, *El Siglo*

parcialmente en la modernidad del concepto. Ciertamente, se reconocía que la opinión podía ser fuente de legitimidad, pero el hoy quedaba inmovilizado por el peso del pasado en un equivalente de lo que Vázquez de Mella denominó *sufragio universal de los siglos*.

4. EVOLUCIÓN Y DISONANCIAS

Por otra parte, las relaciones entre opinión pública y prensa se transforman a lo largo del tiempo de forma global y no sólo en relación con sus distintos filtros ideológicos. En un recorrido que, por razones de espacio, no puede ser más que a vista de pájaro, resulta particularmente interesante el periodo 1808-1814, cuando parece indiscutible que hay que “luchar con la imprenta contra la imprenta”⁶⁰. Surgen por entonces declaraciones tan entusiásticas sobre el poder de la opinión y la necesidad de reforzarlo por medio de la prensa como la de Quintana, en el ya citado prospecto del *Semanario Patriótico*; pero también las reticencias y las dudas. “¿Quién da facultad a un periodista para interpretar la opinión pública?” se pregunta, por ejemplo, *El Censor General* en el Cádiz de 1811, mientras sale en defensa de la Inquisición⁶¹.

Las décadas siguientes no dejan de ofrecer un campo de estudio interesante e incluso algunas polémicas periodísticas, en las que a menudo el desacuerdo principal está, como refleja en 1857 un diario situado a la derecha, *La España*, “en la manera de considerar y definir la opinión pública”⁶². Pero hay indicios de que un cambio significativo en la interpretación de las relaciones entre prensa y opinión solamente se produce desde los inicios del Sexenio Revolucionario (1868-1874). La nueva situación, además de permitir el surgimiento de numerosas cabeceras, hace que algunos periódicos modifiquen su visión del papel que la prensa debe jugar en la sociedad. De este modo *El*

Futuro, 27-4-1889; Ese, “La cuestión escolar. El Gobierno y la «opinión»”, *El Siglo Futuro*, 3-3-1913. A la evolución del término conciencia pública hacia otro de relativo éxito, conciencia nacional, en oposición a opinión pública, se refieren Gonzalo Capellán de Miguel y Aurora Garrido Martín en “«Los intérpretes de la opinión» Uso, abuso y transformación del concepto opinión pública en el discurso político durante la Restauración (1875-1902)”, *Ayer*, nº 80/2010 (4), pp. 83-114.

⁶⁰ Directrices del Consejo de Regencia en 1811, época en la que llega a crearse una comisión para dirigir la opinión pública (Javier Fernández Sebastián, “Opinión pública, prensa e ideas políticas en los orígenes de la Navarra contemporánea”, *Príncipe de Viana*, nº 188, 1989, pp. 579-640, p. 608).

⁶¹ *El Censor General*, nº 15 (1811).

⁶² Véanse los artículos en los que polemizan Manuel de la Peña, desde las columnas de *La España* (26-9-1857 y 4-10-1857) y Nemesio Fernández Cuesta como colaborador del periódico demócrata-republicano *La Discusión* (2 y 8-10-1857). G. Capellán de Miguel analiza otras polémicas anteriores en: “La opinión secuestrada...”, pp. 42 ss.

Imparcial, en un artículo de fondo de noviembre de 1868, defiende que sólo “bajo el pasado régimen [...] podía haber lo que se llamaba periódico ministerial”, y al mencionar la necesidad de influir en la opinión se cuida mucho de subrayar que “hemos dicho influir y no dirigir”, porque una vez conquistada la libertad existen otros cauces para su manifestación⁶³. Se trata de una época en la que el término es invocado con particular insistencia, coincidiendo con los momentos en los que se producen grandes confrontaciones de pareceres en la prensa, por ejemplo durante el periodo de búsqueda de un monarca para el trono español; y de unos años en los que, probablemente más que en otras etapas, se entiende que la prensa es intérprete fiel de la opinión.

Con el paso tiempo, en todo caso, el concepto se hace cada vez más trivial. Una llamativa muestra de ello puede verse en el decreto que sanciona el golpe de Estado de enero de 1874: “La pública opinión, sirviéndose del brazo providencial del ejército, ha disuelto las últimas Cortes Constituyentes”⁶⁴. En otro plano muy distinto, las referencias humorísticas a “doña Opinión Pública” y sus relaciones con la prensa confirman la entrada del término, pese a su significado resbaladizo, en los niveles menos rígidos del discurso periodístico. Una cabecera, por ejemplo, aseguraba en 1845 que un colega se encontraba con aquella señora en las buhardillas; otro periódico, varias décadas más tarde, era acusado de haberse entrevistado no con “doña Opinión Pública”, como aseguraba, sino con la madrastra del Gobierno; y, más allá de los límites cronológicos fundamentales de este trabajo, al poco tiempo de proclamarse la Segunda República, doña Opinión, “esa señora que siempre tiene fiebre, según lo que se empeñan todos en pulsarla”, recibía amablemente (y “en *pyjama*”) a un reportero de *Gracia y Justicia*, respondiendo a diversas cuestiones sobre la actualidad política.⁶⁵

Si nos ceñimos al ámbito de la prensa, da la impresión de que al avanzar el siglo XX se intensifica la tendencia a usar más que a pensar el término. Paradójicamente, el escepticismo que cunde en muchos ambientes se combina con las posiciones asumidas

⁶³ “Ministerialismo”, *El Imparcial*, 9-11-1868. En torno a las mismas fechas se afirmaba desde las columnas de *La Iberia* (“Política. Obras son amores”, 20-11-1869) que “En tiempos funestos que no deben volver la opinión pública y la de la prensa seguían a los Gobiernos: de ahora en adelante el Gobierno debe seguir a la opinión”.

⁶⁴ *Gaceta de Madrid*, 9-1-1874. Casi medio siglo más tarde, el decreto sería recuperado en las páginas de *ABC*, buscando analogías con el pronunciamiento de Primo de Rivera (“La actuación del Directorio”, *ABC*, 6-12-1923).

⁶⁵ *La Posdata*, 23-9-1845; *El Imparcial*, 29-8-1886; “La grave acogida del nuevo ministerio. Uno de nuestros reporteros visita a doña Opinión Pública”, *Gracia y Justicia*, 17-10-1931. Otros ejemplos de la presencia de “doña Opinión Pública”, en estos casos como personaje de relatos cortos, en Carlos Rubio, “Chibatón y Chibatonez”, *Almanaque literario e ilustrado para el año de 1876*; “Miguel I, el enrevesao”, *El Mentidero*, 24-11-1917.

por una parte de la prensa católica, que comienza a modernizar sus estructuras y llega a reconocer en el periodismo, globalmente, un reflejo de la opinión⁶⁶. Ahora bien, para acercarse a la complejidad de las relaciones entre prensa y opinión pública, es preferible retroceder un poco en el tiempo y detenerse en una época anterior. Los años más cercanos al cambio de siglo representan un momento fundamental en este recorrido. Así es en relación con las transformaciones estructurales que se producen en la prensa de gran tirada y también en el plano social, cultural y político. El nuevo protagonismo de las masas o la eclosión de la figura del intelectual, resultado de una prolongada evolución anterior, aunque “claro producto del traumático fin de siglo”⁶⁷, implican nuevas miradas sobre la relación entre ambas esferas. Y otro tanto sucede en el terreno de los grandes acontecimientos. No cabe duda de que se produce un cambio importante tras el 98, con su estela regeneracionista y la defensa de la opinión ante todo tipo de falseamientos, al tiempo que se agudiza la desconfianza en una prensa a la que algunos acusan de haber contribuido notablemente al *desastre*. Es más, por entonces se extiende la creencia en su poder para “alcanzar extraordinarias influencias sobre las mentes y los comportamientos de las masas”⁶⁸.

Pero algunos de los elementos que aparecen en torno a 1898 pueden percibirse ya una década antes, con motivo de un suceso de enorme repercusión periodística: el célebre crimen de la calle de Fuencarral, al que merece la pena dedicarle cierta atención. Durante meses, de junio a octubre de 1888, y más tarde mientras duró el juicio, de marzo a junio del siguiente año, se llenaron cientos de páginas con especulaciones sobre la trágica muerte de Luciana Borcino, recayendo pronto las sospechas en su propio hijo,

⁶⁶ El periódico que logró convertirse, de la mano de Ángel Herrera Oria, en el gran diario de proyección nacional al que durante mucho tiempo aspiró el catolicismo español lo expresaba así en 1924: “Con frecuencia se dice que la Prensa es el órgano de la opinión pública, y la frase es cierta, no excesiva [...]. Reconocemos que fuera de la opinión representada por los periódicos pueden quedar sectores de opinión, como fuera de las cajas de los Bancos quedan sumas que los particulares no llevan a ellas; pero la máxima parte, la más cohesiva, la que forma un cuerpo nacional de opinión o riqueza monetaria, está, en uno y otro caso, en la Prensa y en los Bancos” (*El Debate*, 30-12-1924, cit. en: José María García Escudero, *El pensamiento de «El Debate»*, Madrid, BAC, 1983, p. 348).

⁶⁷ Carlos Serrano, “Los <intelectuales> en 1900: ¿ensayo general?”, en Serge Salaün y Carlos Serrano (Eds.), *1900 en España*, Madrid, Espasa Calpe, 1991, pp. 85-106. Javier Fernández Sebastián (“Opinión pública”, en Javier Fernández Sebastián y Juan Francisco Fuentes (Dir.), *Diccionario político y social del siglo XX español*, Madrid, Alianza Editorial, 2008, pp. 877-894) incide tanto en el 98 y la naciente sociedad de masas como en el carácter triangular de la relación que se establece entre intelectuales, prensa y opinión.

⁶⁸ Los periódicos, sostiene Jesús Timoteo Álvarez (“Redentores irredentos. Los diarios madrileños después del 98”, *Arbor* CLXIX, 666 (Junio 2001), pp. 541-556), serían “responsables de lo bueno y de lo malo, del 98 para unos, de la capacidad de recuperación del espíritu para otros”.

José Varela.⁶⁹ Los periódicos madrileños se dividieron en *insensatos* y *sensatos*. Los primeros (cabeceras como *El País* o *El Liberal*) defendieron que la prensa estaba para fiscalizarlo todo, incluida la justicia denominada despectivamente “histórica” (obsoleta, anquilosada), al tiempo que alimentaron sus páginas con importantes dosis de sensacionalismo. Los segundos (*La Época*, *La Correspondencia de España* y otros) fueron mucho más comedidos y respetuosos con los tribunales, aunque no dejaron de tratar abundantemente el gran tema del momento.

Es de tener en cuenta que, como trasfondo del debate, se percibe el enfrentamiento entre una concepción sacralizada de la magistratura, que desconfía de la opinión pública y de las posibles injerencias de la prensa, y otra corriente que defiende la publicidad como mejor garantía ante las decisiones arbitrarias, debiendo la justicia acomodarse a las exigencias de un régimen representativo moderno en el que todas las instituciones han de estar sometidas a la opinión⁷⁰. En relación con ello, se produjo una situación totalmente inédita y que marca un momento de máxima intensidad en cuanto a la representación que la prensa hace de sí misma como cauce de las aspiraciones del público. Tras una asamblea en la que participaron en torno a treinta representantes y directores de periódicos, “la prensa” (en realidad una parte importante de la misma, al sumarse después otras publicaciones a la iniciativa) decidió personarse en el caso ejerciendo la acción popular.⁷¹ Para representar a la opinión de forma más evidente (“para que la acción popular, ejercida por los directores de los periódicos, venga a ser la acción popular de la opinión pública”⁷²), se decidió financiar la operación con fondos donados por el público a través de una suscripción popular.⁷³ En cierto modo, el tan a menudo invocado tribunal de la opinión acudía por este medio a un tribunal convencional.

⁶⁹ Se trataba de un *señorito* juerguista que estaba cumpliendo condena, pese a lo cual salía ocasionalmente de prisión –según se afirmó– con la complicidad de algunos funcionarios y del propio director de la cárcel, Millán Astray.

⁷⁰ Carlos Petit, “La célebre causa del crimen de Fuencarral. Proceso penal y opinión pública bajo la Restauración”, *Anuario de Historia del Derecho Español*, t. LXXV (2005), pp. 369-411.

⁷¹ Una relación de las publicaciones inicialmente adheridas (que otras cabeceras publicaron con alguna variación), en *La República*, 9-8-1888. Diez días más tarde, según el mismo diario (19-8-1888), eran ya 43 periódicos madrileños y 69 de otros lugares los que se habían sumado a la iniciativa.

⁷² “La acción popular”, *Las Dominicales del Libre Pensamiento*, 12-8-1888.

⁷³ En el citado ejemplar de *Las Dominicales del Libre Pensamiento* (12-8-1888) puede verse la importancia que se le concede al hecho de poder considerar a la opinión indudablemente representada en la acción que se lleva a cabo, tanto en los acuerdos tomados como en el documento que establece la suscripción.

Naturalmente, la prensa *sensata*, a la vista del camino que estaban siguiendo sus adversarios, trató de deslegitimar la capacidad de la iniciativa para representar a la opinión. *La Época*, por ejemplo, afirma que todo se reduce al empeño “de unos cuantos periodistas” y resalta en otros momentos la necesidad de que la prensa eduque y discrimine, evitando ser eco de “cierta parte de la opinión”, rectificando sus posibles extravíos en lugar de ser su reflejo “por no exponerse a arrostrar las censuras del vulgo”. El mismo diario le da la vuelta a una de las imágenes ya comentadas, al recordar que a menudo no es la prensa eco de la opinión sino a la inversa⁷⁴. Otro periódico *sensato*, *El Día*, no tarda en incidir en el escaso éxito de la suscripción. Se trata de demostrar que la opinión no está detrás de los *insensatos*: “bastaba con que cada pedazo de opinión pública destinara a la suscripción el valor de un número de los periódicos que compraban” para asegurar su éxito⁷⁵. Que el público se informara a través de determinadas publicaciones, a fin de cuentas, no podía traducirse sin más en apoyo de la opinión a aquello que defendían. El propio abogado defensor de Varela, Rojo Arias, fue demoledor al dirigirse con estas palabras a los *insensatos* durante el juicio: “¿Qué representáis vosotros en la opinión? Representáis, entre 18 millones de españoles, unas tres mil pesetas”⁷⁶. Aunque no fuera este el objetivo inmediato, la calidad y peso de la opinión estaban siendo medidas una vez más con criterios pecuniarios.

Los caminos explorados por algunos periódicos eran, por otra parte, extremadamente resbaladizos y podían conducir a lugares no deseados. El crédito de los directores más implicados en el asunto salió mal parado; no sólo porque los personajes contra los que lanzaban casi toda su munición –Varela y Millán Astray- resultaran absueltos, sino porque durante algunos momentos del juicio la prensa pareció abandonar la categoría de acusadora para convertirse prácticamente en acusada. Se cuestionó, en efecto, la limpieza de sus objetivos –ser reflejo de la opinión- cuando el defensor de Varela logró que se exhibieran en el juicio los libros de administración de los diarios más incondicionales de la iniciativa, demostrando que como consecuencia de las circunstancias habían elevado notablemente las tiradas y en el mejor de los casos hasta triplicado sus ingresos.⁷⁷

⁷⁴ “La acción popular”, *La Época*, 9-8-1888; “La justicia y la prensa”, *La Época*, 10-8-1888; “La opinión y la prensa”, *La Época*, 17-8-1888.

⁷⁵ “Pregunta y respuesta”, *El Día*, 5-9-1888.

⁷⁶ *El Imparcial*, 23-5-1889.

⁷⁷ Carlos Petit, “La célebre causa del crimen de Fuencarral...”, p. 398.

Lo cierto es que incluso los periódicos relativamente cautos trataron de atenuar desde el principio su responsabilidad en la agitación que estaba produciéndose. Para *El Imparcial* la prensa era sólo un cauce cuyo poder, “omnímodo cuando halla a la opinión pública preparada, es nulo si encuentra a la misma inerte o desfavorable”.⁷⁸ En otros casos se llega mucho más allá, hasta fundir en un mismo molde prensa y opinión pública –términos sinónimos, llegará a afirmar *La República*⁷⁹-, de modo que los efectos provocados por la primera se diluyeran en el protagonismo de una entidad de límites mucho más imprecisos. La identificación entre una y otra, aunque no sea en absoluto una novedad, parece acrecentarse por entonces. *El Liberal*, diario que se cuenta entre los más comprometidos en la batalla contra “justicia histórica”, destaca en la realización de un conocido ejercicio de ventriloquia: atribuirle su propia voz a la opinión pública. Y lo hace con un desparpajo sin igual. “La opinión pública –se afirma, por ejemplo en un artículo de fondo- ha fallado sobre la acusación de Higinia Balaguer. La considera absurda”; “la opinión pública se mostraba ya recelosa”, se expresa otro día; y un poco más adelante: “la opinión pública comenzaba a decir para sí, muy alarmada [...]”, antes de especificar las palabras exactas y entrecomilladas de lo *dicho* por la opinión.⁸⁰ El mismo periódico deja muestras por entonces (cuando está celebrándose un juicio que por momentos se torna desfavorable a los *insensatos*) del tipo de relación que busca establecer en la práctica con la opinión, a la que trata sin miramientos de tú a tú con un tono que tiene algo de persuasivo, pero también de pedagógico e imperativo. Hay que mostrar el camino (“Sí; opinión pública; a ti nos dirigimos, rogándote vehementemente que leas, que delectees en la reseña del juicio oral que hoy te damos [...]”), hay que reavivar voluntades (“hoy más que nunca es preciso que la opinión pública tenga los ojos muy abiertos [...] ¿Nos oye la opinión pública? ¿Se ha enterado de que para ella y solamente para ella escribimos?”) o sencillamente mostrar cómo debe actuarse: “¿qué menos puede hacer la opinión pública que enviarle su aplauso [...]?”.⁸¹ En todos los casos está detrás de estas manifestaciones una visión instrumental de la opinión, sin duda compartida por muchos periodistas, aunque el discurso oficial fuera muy distinto. *El Liberal* no tarda en concluir, en un artículo de fondo, con una declaración semejante a las citadas algunas páginas más atrás: “Nuestra

⁷⁸ “Un cauce a la opinión”, *El Imparcial*, 29-7-1888.

⁷⁹ “Madrid 2 de agosto”, *La República*, 3-8-1888.

⁸⁰ “El proceso de la calle de Fuencarral”, *El Liberal*, 26-1889 y 13-4-1889.

⁸¹ “En el juicio oral III”, “El proceso de la calle de Fuencarral” y “El proceso de la calle de Fuencarral ¡Felicitémonos!” , *El Liberal*, 29-3, 7 y 13-4-1889 respectivamente.

labor modesta, modestísima, no tenemos reparo alguno en confesarlo, se reduce a reflejar los rayos de luz que la opinión pública nos envía, como un espejo refleja el rayo de sol que hiere su tersa superficie”.⁸²

Era también una forma más de eximirse de responsabilidades, aunque paralelamente se llegara mucho más lejos. Tanto que algunos periódicos protagonizaron un auténtico asalto a determinadas instituciones como parte de su oposición al Gobierno y al propio Régimen. En primer lugar y a diferencia de lo que muchos políticos seguirían creyendo años más tarde⁸³, era necesario proclamar claramente que en España “hay opinión”. Lo que algunos interpretaban como su ausencia o muerte era sólo desapego a un modo de ejercer el poder político basado en el falseamiento electoral: “no ha de medirse la fuerza de la opinión de nuestro país por el número de electores que acudan a depositar en las urnas un voto, que probablemente será falseado”, sino por actos como la participación de la prensa en el proceso.⁸⁴ En realidad, según *El Imparcial*, “de cuantos órganos tiene hoy la opinión de un pueblo”, la prensa era en España el único órgano “verdaderamente no dependiente de la acción de los gobiernos”⁸⁵; su único intérprete autorizado, por lo tanto. Además, el argumento se cerraba sobre sí mismo, ya que, tal y como se insinuaba en otros diarios, había una parte de la prensa “deseosa de que la opinión se constituya en tribunal superior a todos los tribunales”. Esta última estaba sustituyendo ya de hecho “a los poderes personales, a los poderes ejercidos por castas privilegiadas” al frente de instituciones cuya caída estaba próxima por no responder “a las justas exigencias del público”. Frente a la justicia convencional, el tribunal de la opinión pública podía exhibir el argumento del número: “no es ya un tribunal compuesto de cinco magistrados el que entiende en el proceso de la calle de Fuencarral”.⁸⁶ Y por último cabía, como hizo *El Liberal*, emprender una carrera más arriesgada cuando en el Parlamento Romero Robledo atacó duramente a los insensatos. En ese momento el periódico no sólo arremete contra el poder político a través de la “justicia histórica”, ni se limita a aludir vagamente a algunas instituciones, sino que descalifica al Parlamento negando su capacidad representativa: “¿qué saben del rumbo que lleva la opinión los políticos ocupados en bogar por los mares parlamentarios, envueltos en las pasiones que los rodean, y sin más horizonte que el

⁸² “El proceso de la calle de Fuencarral”, *El Liberal*, 20-4-1889.

⁸³ Véase: Antonio Cases: *La opinión pública española*, Madrid, 1920 (reed. Santander, 2007).

⁸⁴ *Las Dominicales del Libre Pensamiento*, 5-8-1888; “Madrid 8 de Agosto”, *La República*, 9-8-1888.

⁸⁵ “Lo que descubre el crimen”, *El Imparcial*, 3-8-1888.

⁸⁶ “Momento crítico”, *El Liberal*, 26-3-1889; “Madrid, 2 de Agosto”, *La República*, 3-8-1888; “El proceso de la calle de Fuencarral”, *El Liberal*, 20-4-1889.

triunfo de la facción a que pertenecen?”. Según el periódico, los políticos ni veían, ni oían, ni sabían nada “de la opinión pública, a quien juzgan extraviada, porque no marcha detrás de ellos”.⁸⁷

Durante varios meses, entre el asesinato y el final del juicio, una parte sustancial de la sociedad española pareció realmente no tener ojos más que para aquello que se movía en torno al celeberrimo suceso. Pero el principal temor de “los políticos” no parece que estuviera, pese a lo que se insinúa en las líneas anteriores, en que un suceso como aquel mermara la atención dedicada a los grandes asuntos públicos o a ellos mismos. El desprestigio de la magistratura y del poder del Estado eran sin duda motivos más que suficientes para alarmarse, añadiéndose a ello la deriva de algunos periódicos liberales que, acorralados, llegaban a planteamientos como los expuestos. Y no es que faltaran en el pasado precedentes de esta tendencia⁸⁸; lo que hace que este episodio resulte particularmente transparente es la intensidad y desembarazo con que se manifiestan unas inclinaciones ya sedimentadas. La vertiente más peligrosa del binomio prensa-opinión pública, tal y como entonces se entendió, estaba precisamente en la interpretación abusiva que hacían algunos diarios del segundo término, confundiéndolo con la prensa misma o excluyendo otros cauces para su manifestación; cauces no menos obstruidos que la propia prensa por todo tipo de interferencias. Con ello se ponía en riesgo el equilibrio de aquellos poderes que basaban su prestigio en el respaldo de la opinión, y la prensa española podía escudarse para cualquier campaña, por imprudente que resultara, en los deseos del público.

5. CONCLUSIONES

La *teorización* periodística en torno a las relaciones entre prensa y opinión había recorrido por entonces, bajo distintas formas, un largo camino. A aquellas décadas en que los diarios de partido ocupan un lugar preponderante, corresponde en parte un acercamiento a la cuestión reconociendo el carácter activo de la prensa sobre la opinión. Y hay cierta honestidad en ello, ya que no se desarrolla necesariamente un discurso oficial divergente y superpuesto a la práctica cotidiana, como sucederá algún tiempo

⁸⁷ “El proceso de la calle de Fuencarral”, *El Liberal*, 20-4-1889.

⁸⁸ Véase Gonzalo Capellán de Miguel, “La opinión secuestrada...”. Por otra parte, años más tarde y en un sentido no muy distinto, Ortega y Gasset denunciaba el hecho de que “hoy no posee plena vivacidad más que un solo <poder espiritual> -el de la prensa-” (“Sobre el poder de la prensa”, *El Sol*, 13-11-1930).

después. La prensa debe guiar e ilustrar a la opinión pública, por lo tanto cada opción ideológica despliega abiertamente sus armas persuasivas. Más adelante, cuando al avanzar el siglo XIX los periódicos de partido pierdan posiciones, en diferentes casos tratarán de asumir el nuevo discurso dominante y presentarse con un carácter reflexivo que no les cuadra demasiado, ya que su objetivo es, a lo sumo, reflejar una opinión ya encauzada, y en todo caso, continuar guiándola.

Las cosas cambian lentamente a medida que la prensa industrial se pone a la cabeza de los diarios más vendidos. Desde el momento en que se afirma el mito de la objetividad periodística ya no parece muy razonable que la prensa de gran tirada se atribuya la misión de guía. A fin de cuentas, para guiar es conveniente tener un rumbo a seguir, y eso es precisamente lo que no quiere reconocerse, bien porque exista una vinculación ideológica no manifiesta o porque la orientación del periódico esté al alcance del mejor postor. Es necesario legitimarse de otro modo, y así se afianza progresivamente, mediante el símil del eco o el espejo, el carácter reflexivo de la prensa; una tendencia que, partiendo de los prospectos y programas manejados, prima durante la segunda mitad del ochocientos y más claramente a partir de la Restauración, al tiempo que otras opciones pierden peso.

En la posibilidad de presentarse como un simple reflejo de los movimientos de la opinión pública estará la fuerza del periodismo y el nuevo origen de su autoridad, llegando al extremo de confundir interesadamente ambas esferas: prensa y opinión. Si lo que expresa un periódico es el reflejo fiel de la opinión pública, ya no es necesario dirigirla, convirtiéndose esta última en un instrumento para legitimar la voz de la publicación. De esta manera, apropiándose del poder de la opinión pública, ciertos diarios se atreven incluso a llegar, amenazantes, a las puertas de la judicatura o del Parlamento, a los que descalifican como falsos cauces de la opinión. Sin perder de vista el deseo, en no pocos casos, de arremeter contra un régimen político cerrado a la expresión popular, la principal debilidad de estas operaciones está, precisamente, en el carácter empresarial de unos diarios que estaban haciendo un gran negocio a costa de campañas como la del referido crimen. En cualquier caso, en todo ello se encuentra el origen de algunas de las peores derivas del ejercicio profesional del periodismo. Si el periodista no es más que un transmisor del producto que vende, todo es posible. Ni el eco ni el espejo –los dos símiles más usados– pueden responsabilizarse de las imágenes o de las palabras que reproducen mecánicamente.

Por otra parte, en un análisis de algunas posiciones ideológicas, aún se hacen más evidentes las divergencias. En la izquierda se encuentran por lo general las posturas complacientes con el poder que se le atribuye a la opinión pública, mientras las críticas más duras se perciben en las posiciones de la extrema derecha. Es a partir del Trienio Constitucional cuando se diferencian con mayor claridad los terrenos, de manera que en el campo liberal la derecha es, entre otras cosas, más restrictiva en lo tocante a la opinión pública y sus manifestaciones. Desde planteamientos que remiten a una visión censitaria de la sociedad, se considera que los integrantes de la opinión pública son solamente los capacitados por una educación previa, del mismo modo que en la marcha de la política sólo deben participar quienes, debido a su posición social y económica, puedan verse afectados por el desarrollo de los asuntos públicos. En la práctica, como es bien sabido, todo ello se traducirá en la discriminación de aquellos que no dispusieran de unas determinadas rentas; y esta visión sigue presente durante mucho tiempo. En cuanto al carlismo y el integrismo, es ilustrativo del nuevo marco en el que se desenvuelve la política la aceptación implícita de la opinión pública como fuente de legitimidad, aunque se fije una visión estática de la misma o se defienda desde muy pronto, frente al “poderoso tribunal” pilar del liberalismo, la existencia de una verdadera opinión popular y tradicionalista permanentemente suplantada por su rival.

Además, hay que tener presente que alguna de las manifestaciones analizadas permite intuir la existencia de otros dos niveles de acercamiento simultáneos en un mismo periódico: un discurso oficial, que actúa a modo de trampantojo, y una mirada más pragmática, la que realmente permanece activa y que sólo aflora con motivo de acontecimientos fuera de lo común, como el crimen de la calle de Fuencarral. Es entonces cuando mejor puede apreciarse la arrogancia con que la prensa trata a la opinión pública, su visión instrumental de la misma o la confusión de términos y la tendencia de la primera a ocultarse tras el velo de la segunda. Más que reina del mundo, para una buena parte del mundo periodístico la opinión pública fue y seguiría siendo, tal y como algunos denunciaron con lucidez, un comodín al que siempre podía recurrirse para defender los intereses más contrapuestos.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILERA, O., *Las ideologías en el periodismo*, Madrid, Paraninfo, 1990.

ÁLVAREZ JUNCO, J. y DE LA FUENTE MONGE, G., *El nacimiento del periodismo político. La libertad de imprenta en las Cortes de Cádiz (1808-1814)*, Madrid, Ediciones APM, 2009.

BARRERA, C. (Ed.), *El periodismo español en su historia*, Barcelona, Editorial Ariel, 2000.

CAPELLÁN DE MIGUEL, G., “El giro científico (1870-1910): hacia un nuevo concepto de opinión pública”, *Historia Contemporánea*, nº 27, 2003.

CAPELLÁN DE MIGUEL, G., “La opinión secuestrada: Prensa y opinión pública en el siglo XIX”, *Berceo*, nº 159, 2010, pp. 23-62.

CAPELLÁN DE MIGUEL, G. y GARRIDO MARTÍN, A., “«Los intérpretes de la opinión» Uso, abuso y transformación del concepto opinión pública en el discurso político durante la Restauración (1875-1902)”, *Ayer*, nº 80/2010 (4), pp. 83-114.

CASES, A., *La opinión pública española*, Madrid, 1920 (reed. Santander, 2007).

DESVOIS, J. M., “El estatus de periodista en España de 1898 a 1936: Nacimiento y consolidación de una profesión”, *Comunicación y Estudios Universitarios* (Valencia), nº 6, 1996, pp.33-46.

ESCOLANO, A. “Leer y escribir en España. Doscientos años de alfabetización”, en A. Escolano (Dir.), *Leer y escribir en España*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992, pp. 13-44.

FERNÁNDEZ SARASOLA, I., “Opinión pública y libertades de expresión en el constitucionalismo español (1726-1845)”, *Historia Constitucional*, nº 7 (2006), pp. 159-186.

FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J., “Opinión pública, prensa e ideas políticas en los orígenes de la Navarra contemporánea”, *Príncipe de Viana*, nº 188, 1989, pp. 579-640.

FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J., “Sobre la construcción, apogeo y crisis del paradigma liberal de la opinión pública: ¿un concepto político euroamericano?”, *Historia Contemporánea*, nº 27, 2003, pp. 539-563.

FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J. y CAPELLÁN DE MIGUEL, G., “Historia del concepto «opinión pública» en España”, en G. Capellán de Miguel (Ed.), *Opinión pública. Historia y presente*, Madrid, Editorial Trotta, 2008, pp. 21-50.

FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J., “Opinión pública”, en Javier Fernández Sebastián y Juan Francisco Fuentes (Dirs.), *Diccionario político y social del siglo XX español*, Madrid, Alianza Editorial, 2008, pp. 877-894.

FUENTES, J. F. y FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J., *Historia del periodismo español*, Madrid, Editorial Síntesis, 1998.

GARCÍA ESCUDERO, J. M., *El pensamiento de «El Debate»*, Madrid, BAC, 1983.

GIL NOVALES, A., *Las Sociedades Patrióticas (1820-1823)*, Madrid, Editorial Tecnos, 1975.

GONZALEZ DEL CASTILLO, A., “Opinión pública”, en VV.AA., *Enciclopedia Jurídica Española*, Barcelona, Francisco Seix, 1910, t. XXIII, pp. 797-803.

IGLESIAS, F., “Factores históricos de la consolidación de la empresa periodística y las grandes tiradas”, en *Comunicación y estudios universitarios* (Valencia), nº 6, 1996, pp. 25-32.

JAUME, L., “Les Jacobins et l’opinion publique”, en Serge Bernstein y Odile Rudelle (Dir.) *Le modèle républicain*, Paris, PUF, 1992, pp. 57-69.

Los malos periódicos, Madrid, Apostolado de la Prensa, 1896 (opúsculos del Apostolado de la Prensa, año V, Número L, febrero de 1896).

MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, V. A., *Historia de la distribución de la prensa*, A Coruña, Diputación Provincial de A Coruña, 2000.

OLMOS, V., *La casa de los periodistas. Asociación de la Prensa de Madrid 1895-1950*, Madrid, APM, 2006.

PARRA PUJANTE, A., *Periodismo y verdad. Filosofía de la información periodística*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2003.

PETIT, C., “La célebre causa del crimen de Fuencarral. Proceso penal y opinión pública bajo la Restauración”, *Anuario de Historia del Derecho Español*, t. LXXV (2005), pp. 369-411.

RODRIGO ALSINA, M., *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1996.

RODRÍGUEZ INFIESTA, V., “La venta de prensa en España: los inicios del asociacionismo”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 15, 2009, pp. 443-453.

ROSPIR, J. I., “La opinión pública en España”, en A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir, J. L. Dader, *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, EUDEMA, 1990, pp. 84-145.

SÁNCHEZ ILLÁN, J. C., *Prensa y política en la España de la Restauración. Rafael Gasset y El Imparcial*, Madrid, Biblioteca Nueva, 1999.

SÁNCHEZ ILLÁN, J. C., “La edición de periódicos y la empresa periodística”, en Jesús A. Martínez Martín (Ed.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Madrid, Marcial Pons, 2001, pp. 397-414.

SÁNCHEZ ORTIZ, M., *El periodismo*, Madrid, M. Romero Impresor, 1903 (reed. Barcelona, 1990).

SERRANO, C., “Los <intelectuales> en 1900: ¿ensayo general?”, en Serge Salaün y Carlos Serrano (Eds.), *1900 en España*, Madrid, Espasa Calpe, 1991, pp. 85-106.

TERREN PALACIN, F., *La carrera de la prensa. De interés especial a la juventud*, Madrid, Librería Fernando Fe, s. f. [1922].

TIMOTEO ÁLVAREZ, J., “Redentores irredentos. Los diarios madrileños después del 98”, *Arbor* CLXIX, 666 (Junio 2001), pp. 541-556.

EL “VOCERO DE LA OPINIÓN”¹: EL USO DEL CONCEPTO *OPINIÓN PÚBLICA* EN EL DISCURSO DEL PARLAMENTO EN LA ESPAÑA LIBERAL (1875-1923)

Aurora Garrido Martín

1. INTRODUCCIÓN

“Señores: nosotros nos pasamos la vida preocupándonos de la opinión pública; es la opinión pública ante el Parlamento, sobre el Parlamento, fuera del Parlamento, inspirando al Parlamento, la esencia más noble y la categoría más alta de la vida política”².

El presente trabajo tiene como objeto analizar la utilización del concepto opinión pública en el Parlamento a lo largo de dos periodos claves de la historia de régimen liberal español, la Restauración y el reinado de Alfonso XIII; durante la primera mitad del siglo XIX, el liberalismo español ya había convertido a la opinión pública en un actor o sujeto político “partícipe de la función de gobierno y de la exigencia de responsabilidad política”³. La razón de esta aproximación al concepto de opinión pública deriva de que la estrecha relación entre el Parlamento y la opinión pública

¹ Expresión utilizada por determinados diputados para ilustrar su función en el Parlamento, como lo hacía el socialista Indalecio Prieto, a la vez, que destacaba su indiferencia: “[...] reconociendo también la indiferencia de la opinión pública en el país, sin cuyas fuertes corrientes nuestra actuación aquí no puede ser eficaz, porque nuestro papel es el de voceros de una fuerza moral que se manifiesta en el calle, y no simplemente el lanzar gritos en el desierto, cuando sentimos detrás de nosotros el eco del vacío”. *Diario de las Sesiones de Cortes, Congreso de los Diputados*, 22 de junio de 1921, p 3506. (En adelante, se citará *DSC*). Por su parte, el conservador Sánchez Guerra era Presidente del Consejo de Ministros cuando decía, dirigiéndose a los parlamentarios: “Dicen [...] que [...] servís a la opinión, y de mil modos, fuera de aquí en la Prensa periódica, y aquí, entendéis que sois representantes y voceros de la opinión [...]”. *DSC*, 23 de noviembre de 1922, p. 4290.

² Antonio Maura, *DSC*, 30 de noviembre de 1922, p. 4458.

³ Véase para el caso español, Ignacio Fernández Sarasola, “Opinión pública y ‘libertades de expresión’ en el constitucionalismo español (1726-1845)”, *Historia Constitucional* (revista electrónica), nº 7, 2006, p. 185. (<http://hc.rediris.es/07/index.html>)

constituye, precisamente, uno de los fundamentos del régimen representativo. Aquél, como pieza fundamental del sistema político, solo encuentra su razón de ser y justificación última en cuanto que es órgano y expresión de la opinión pública, concebida ésta por el liberalismo como encarnación de la soberanía nacional, la voluntad general o el interés común, y, por ello, única fuente de legitimación de la autoridad política y del orden por ella garantizado⁴. La opinión pública encuentra, pues, su manifestación, una de sus manifestaciones esenciales, a través de los debates mantenidos por los representantes en el Parlamento, que recoge y expresa el sentir de la opinión, los intereses y los valores colectivos de la nación a través del principio de representación y, además, está sometido a su control mediante la publicidad de las discusiones. Pero el Parlamento no es solo lugar donde se ha de reflejar la opinión pública y donde ésta encuentra su debido eco, la relación apuntada entre ambos opera en una doble dirección. Los debates parlamentarios sirven también para orientar y formar la opinión pública, ya que la publicidad consustancial al funcionamiento del Parlamento –aludida en la conocida expresión de “luz y taquígrafos”- las crónicas parlamentarias y el reflejo de las actitudes de los diputados constituyen un elemento conformador de la opinión pública del país⁵. Todo lo anterior remite al necesario engarce que ha de existir entre Parlamento y opinión pública, por lo que, en el caso español, aquél fue un ámbito en el que la opinión pública se convirtió en uno de los términos profusamente utilizado. Su uso es lo que pretendemos analizar en estas páginas, utilizando como fuente esencial las intervenciones de los representantes políticos en la Cámara Baja, en el Congreso de los Diputados, contenidas en el Diario de Sesiones de las Cortes.

En el discurso parlamentario, la opinión pública, “la opinión”, a secas, o “la opinión del país” fue una de esas expresiones clave que sirve para ilustrar el mágico poder que tienen ciertas palabras, de las que no importaba tanto su significado, su sentido verdadero, sino su efecto acústico o capacidad de producir un impacto psicológico en el auditorio⁶. Así, el término opinión pública aparece, en la dialéctica parlamentaria, claramente como un significante muy positivo, que confiere autoridad al que lo emplea, a sus argumentos, y, por ello, frecuentemente estaba en boca de cualquier político dentro del ámbito de las familias liberal y republicana, primero,

⁴ Hermann Heller, *Teoría del Estado*, México, Fondo de Cultura Económica, 1971, pp. 110 y ss.

⁵ Manuel Ramírez Jiménez, “Parlamento y opinión pública”, *Anuario Jurídico de La Rioja*, nº 1, 1995, pp. 71-75.

⁶ Véase Antonio López Eire y Javier de Santiago Guervós, *Retórica y comunicación política*, Madrid, Cátedra, 2000, pp. 105-136.

como, después, socialista y regionalista. Otro rasgo que se desprende del debate parlamentario fue la equiparación o asociación del término opinión pública, además de al clásico voluntad nacional -con la que prácticamente se identificaba en el pensamiento liberal- a otras expresiones: “espíritu público”⁷, “espíritu del país”⁸, espíritu nacional”⁹, “alma nacional”¹⁰, “común pensar”¹¹, conciencia nacional¹², conciencia pública¹³, conciencia ciudadana, conciencia del país¹⁴, opinión nacional¹⁵, opinión colectiva nacional¹⁶, “sentimiento nacional”¹⁷. Todas ellas, y alguna más, aparecían utilizadas en diferentes momentos, a veces indistintamente, como sinónimos de un mismo concepto, el de opinión pública.

Este trabajo aparece estructurado en dos partes, correspondientes cada de ellas a los dos periodos analizados, la Restauración y el reinado de Alfonso XIII, respectivamente, que vienen a representar también dos momentos diferentes en el uso y el sentido dados al concepto opinión pública en el Parlamento español.

2. LA OPINIÓN PÚBLICA, “REINA Y SOBERANA” DEL DISCURSO

Cuando se analizan los discursos parlamentarios, se puede apreciar que la alusión o apelación a la opinión pública era esgrimida constantemente como un elemento legitimador de la actuación política por parte de los diputados españoles, de acuerdo con una de las características atribuidas a la opinión pública por el liberalismo, su concepción como instrumento de legitimación del poder. Por ello, los políticos

⁷ Canalejas, *DSC*, 23 de noviembre de 1889, p. 1466.

⁸ Indalecio Prieto, *DSC*, 2 de marzo de 1922, p. 22. Besteiro, *DSC*, 3 de marzo de 1922, p. 54.

⁹ Marqués de Buniel, *DCS*, 20 de abril de 1922, p. 817.

¹⁰ Cierva, *DSC*, 9 de junio de 1921, p. 3282.

¹¹ Soriano, *DSC*, 2 de abril de 1909, p. 3511.

¹² “Cuando este Congreso discute todo aquello que se refiere a reivindicar la conciencia nacional, el pensamiento nacional y la voluntad nacional; a organizar toda la democracia, este Congreso respira con plenos pulmones el aire de la pública opinión, su oxígeno vivificante [...]”. Castelar, *DSC*, 23 de junio de 1887, p. 3899. “[...] dejo a la consideración del Congreso y a la consideración de la opinión pública, de la conciencia nacional que fuera está escuchando estas cosas [...]”. Morote, *DSC*, 18 de octubre de 1905, p. 108. También, Amado, *DSC*, 22 de noviembre de 1921, p. 4315 y Manuel García Prieto (Marqués de Alhucemas), *ibid.*, 7 de julio de 1923, pp. 680, 686 y 687.

¹³ Así la caracterizaban, por ejemplo, el liberal Díaz Moreu, *DSC*, 25-4-1887 y los conservadores Silvela, 19 de noviembre de 1889, p. 1355; y Maura, 2 de abril de 1909, p. 3532.

¹⁴ Manuel García Prieto, *DSC*, 7 de julio de 1923, p. 860.

¹⁵ Cierva, *DSC*, 2 de abril de 1909, p. 3532. Lerroux, *ibid.*, 30 de mayo de 1914, p. 1007. Yanguas, *ibid.*, 13 de abril de 1921, p. 1276.

¹⁶ Marqués de Buniel, *DSC*, 13 de abril de 1921, p. 1258.

¹⁷ Sarradell, *DSC*, 21 de noviembre de 1922, p. 4374.

justificaban sus intervenciones ante cualquier e idéntica problemática como respuesta a las exigencias, las aspiraciones, los deseos de o los compromisos contraídos con una opinión pública más o menos alarmada o clamorosa. Se presentaban como sus representantes, intérpretes o portavoces: eran la voz y el eco de la opinión. Así, en la dialéctica política, se llegaba a producir una total identificación entre la opinión de los parlamentarios (sus manifestaciones y decisiones) -la opinión legal- y la opinión, externa del país, la procedente de los ciudadanos; ambas coincidían, eran lo mismo. Detrás de ellos estaba la opinión; en definitiva, ellos eran la opinión¹⁸. El liberalismo al considerar que las Cortes podían expresar la opinión pública había establecido la existencia de dos hipotéticas opiniones públicas, la expuesta por los ciudadanos y la expresada por el Parlamento en sus decisiones, cuyas discrepancias se limarían a través de un correcto funcionamiento del sistema representativo, de manera que la segunda no fuese sino una depuración de la primera¹⁹.

Así, desde sus diferentes posicionamientos, todos los diputados representaban o encarnaban a la opinión pública y se apoyaban en ella, en su nombre se reclamaba una cosa y al mismo tiempo su contraria²⁰. Al no explicitarse su significado –los políticos españoles no definían qué era para ellos la opinión pública- ésta se adecuaba a los intereses en cada momento de quien la invocaba, rellenándose dicho término de contenidos distintos y antagónicos. Esa instrumentalización, utilización interesada y a conveniencia, del concepto la señalaba el liberal Vicente López Puigcerver en su interpelación, en 1886, a otro diputado de la Cámara Baja: “la opinión pública es difícil de juzgar porque cada uno la aprecia y estima del modo que a sus intereses, sus deseos y sus aspiraciones conviene”²¹.

En suma, en el lenguaje parlamentario todo el peso lo tenía el significante; el contenido era lo interpretable, cuando no lo secundario. En este contexto, no resulta extraño que, desde sus posiciones, de gobierno u oposición, los políticos españoles en el

¹⁸ “Nosotros, hombres de nuestro tiempo, queremos vivir de la opinión y en la opinión [...]”. Vizconde de Campo Grande, *DSC*, 12 de febrero de 1890, p. 2562.

¹⁹ Véase para el caso español, Ignacio Fernández Sarasola, “Opinión pública y ‘libertades de expresión’ en el constitucionalismo español (1726-1845)”, *Historia Constitucional* (revista electrónica), nº 7, 2006, p.179. (<http://hc.rediris.es/07/index.html>)

²⁰ Como ilustrativo de ello, sirvan las siguientes palabras del diputado Marengo: “El otro día, debatiendo con el Sr. Romero Robledo, apelaba S. S [se dirigía al entonces Ministro de la Gobernación, Francisco Silvela] a la opinión pública, y apelaba bien; porque S .S. cree que con él está la opinión pública, el partido fusionista cree que está a su lado, y el partido republicano por su parte piensa lo mismo; y naturalmente, es difícil resolver el pleito [...]”. *DSC*, 17 de abril de 1891, p. 850.

²¹ Vicente López Puigcerver, *DSC*, 18 de junio de 1886, p. 523.

Parlamento se erigiesen en, y rivalizasen por ser, los portavoces más autorizados de la opinión pública²²; y que, debido a la importancia a ella atribuida, también fuera utilizada como arma arrojadiza contra los adversarios políticos, para desprestigiarlos y desautorizarlos²³. Una estrategia que, por otra parte, pareció ser utilizada con mayor frecuencia desde las filas del partido liberal para deslegitimar la actuación política de su otro socio del turno político, el partido conservador. Sin embargo, en ciertos momentos o coyunturas podía ser lícito no seguir a la opinión, cuando se consideraba que ésta estaba “extraviada” o “desviada”. Así lo reconocieron, en determinados momentos, miembros del partido liberal especialmente creyentes en la fe de la opinión pública:

“En el régimen que nos gobierna, los Gobiernos son Gobiernos de opinión; gobiernan atendiendo a las manifestaciones de la opinión pública. Yo no digo que siempre, pues se dan casos en que la opinión pública puede extraviarse [...]. El partido liberal, que es un partido de opinión, que piensa gobernar constantemente teniendo en cuenta las manifestaciones de la opinión pública, siempre que no la considere con fundamento perturbada o extraviada: el partido liberal, repito, que seguirá siempre a la opinión pública, fuera de esos casos [...], porque creemos que la opinión pública está en la verdad [...]”²⁴.

También se solía recurrir entonces a la diferenciación entre una verdadera o sana opinión frente a una falsa e insana opinión pública. Con todos esos argumentos, se apelaba, como justificación o con carácter instrumental –para avalar el propio criterio y descalificar el contrario-, a lo que era un presupuesto de la opinión pública desde los

²² “En último resultado, el país juzgará de unos y otros; yo, que a la opinión pública no le pido nada, que deseo interpretar sus exigencias, y eso depende de mi acierto y depende de mi voluntad, tengo la seguridad que, en su juicio y en el cotejo de las respectivas actitudes, me ha de adjudicar a mí lugar preferente y lisonjero [...]”. Romero Robledo, *DSC*, 24 de febrero de 1887, p. 747. “No he disputar yo al Sr. Ducazcal su derecho de mejor representante de la opinión pública que puedo serlo yo”, espetaba en 1890 el que entonces era Ministro de Fomento, Duque de Veragua. *DSC*, 24 de mayo 1890, p. 5621.

²³ La utilización de la opinión pública como arma arrojadiza contra el enemigo político en los discursos de Sagasta, en Gonzalo Capellán de Miguel, “El concepto de ‘opinión pública’ en el discurso político de Sagasta”, en José Antonio Caballero López (Ed.), *Retórica e Historia: oratoria y opinión pública*, Logroño, Ediciones Instituto de Estudios Riojanos, 2008. Pero no sólo lo hizo Sagasta: “El Sr. Canovas apela a la opinión pública; a la opinión publica apelo yo; nuestras doctrinas respectivas están expuestas para que todo el mundo pueda formar su juicio [...] yo no juzgo los juicios de la opinión publica de manera desdeñosa que los considera el Sr. Canovas, y no temo por tanto que esa opinión pueda creer una cosa por otra.” Romero Robledo, *DSC*, 1de diciembre de 1886, p. 1821. También el todavía liberal Antonio Maura contestaba así a un discurso de Silvela, otro de los políticos que con mayor profusión se apoyaba en la opinión pública, en el contexto de la discusión de la ley del jurado en 1887: “La quinta esencia del discurso del Sr. Silvela, pudiera decir que la síntesis de cuanto han alegado los impugnadores, se resume en una constante e incurable desconfianza que el partido conservador siente hacia las energías espontáneas de la sociedad, hacia el elemento popular ingerido en el organismo del Estado, hacia la opinión pública, hacia el grado, no sólo de cultura, sino de sentido moral y jurídico de la Nación entera”. *DSC*, 28 de abril de 1887, p. 2141.

²⁴ Sagasta, *DSC*, 11de julio de 1891, p. 2132.

ilustrados del siglo XVIII y asumido por el liberalismo: la racionalidad frente a los sentimientos y las pasiones²⁵. La oposición entre razón y pasión y su lógico correlato, la distinción entre una opinión pública sana y extraviada o entre una verdadera y falsa opinión pública, fue un recurso muy utilizado en la época. Por ello, cuando los parlamentarios españoles hablaban de opinión pública, explícita o implícitamente, se referían sobre todo al público racionante, al público ilustrado²⁶. Esto se puso de manifiesto en los años de la Restauración, por ejemplo, con ocasión una de las grandes reformas políticas emprendidas por el partido liberal, la ley del jurado de 1887. Como era de rigor, ésta fue presentada por el partido liberal como un compromiso contraído con la opinión y respuesta a sus exigencias. De la competencia del jurado se excluían, no obstante, los delitos electorales, argumentando que la opinión estaba “enferma” sobre todo por el influjo que en los delitos políticos ejercían, precisamente, los sentimientos y las pasiones, mientras que la opinión estaba sana y firme para lo demás. Así lo exponía el liberal Luis Díaz Moreu:

“En los partidos judiciales, cuando se trata de elecciones, unos y otros han de ser adversarios o amigos de los candidatos o de los que hubiesen intervenido en la elección, y por lo tanto el veredicto de un Jurado en estos casos podría ser parcial. Por esta razón, declara el dictamen que la opinión está enferma [...] por creer que cuando entran en la apreciación de esos delitos las pasiones que quedan después de una lucha viva, como son de ordinario lo electorales, el llevar al Jurado los delitos cometidos por los que han intervenido en la elección, era indudablemente un pensamiento arriesgado que podría dar lugar a que no se produjeran los efectos que espera la Comisión y que esperan los defensores del Jurado, que ha de dar esta institución en España.. Pero la Comisión entiende que la opinión está enferma para esto, ¿entiende que está sana y firme para lo demás? Ciertamente que lo entiende así [...]”²⁷.

²⁵ “La opinión pública tiene tanta mayor importancia, cuanto que no puede haber pasión en ella, cuanto que no puede haber en ella más que el interés de servir honrada y noblemente a su país”. Sagasta, *DSC*, 11 de julio de 1891, p. 2141.

²⁶ Véase para el caso español, Ignacio Fernández Sarasola, “Opinión pública y ‘libertades de expresión’ en el constitucionalismo español (1726-1845), *Historia Constitucional* (revista electrónica), nº 7, 2006. (<http://hc.rediris.es/07/index.html>)

²⁷ Díaz Moreu, *DSC*, 25 de abril de 1887, p. 2009. Ello sirvió de base para la crítica irónica de los conservadores, que pusieron de manifiesto la contradicción del proyecto liberal: “No es de menor importancia la concesión hecha por la Comisión respecto a la competencia del Jurado. ¿Pues no ha tenido la ocurrencia de eliminar de la competencia del Jurado los delitos electorales? [...] ¿Y por qué no sirve para entender de los delitos políticos? ¡Ah! también lo dice la Comisión de una manera gráfica que merece todos nuestros elogios: no sirve, porque la opinión esta enfermiza. Creo que recuerdo bien la frase: no sirve porque la opinión está enfermiza, y porque no es posible entregar al embate de las pasiones toda una organización judicial. Pero decidme: si esa opinión esta enfermiza para juzgar de esos delitos, ¿está sana y firme y fuerte a tal punto que podáis vosotros y podamos nosotros confiar en ella para juzgar de las demás clases de delitos? ¿Varia la enfermedad, o es de distinta índole, o desaparece y adquiere consistencia la salud de la opinión pública en España, porque la carga que creéis necesario echar sobre

En cualquier caso, el uso reiterado del concepto constituía un recurso retórico que prueba el papel central que la opinión pública tenía en el discurso político de la época y que se fundamentaba en el papel otorgado a la opinión pública por la teoría liberal del gobierno representativo de vigilancia y control continuo de los gobiernos y de orientador y guía también permanente de los representantes políticos. Pero aun siendo un lugar común, algunos políticos se caracterizaron especialmente por una sobreutilización e incluso apropiación del término, convirtiéndolo en un verdadero tópico en sus intervenciones, conscientes de su importancia como elemento central, como el nervio mismo, del sistema representativo²⁸. Efectivamente, con argumentos de mayor o menor complejidad teórica y retórica, la apelación a la opinión pública se justificaba porque constituía la base del régimen liberal y representativo; como repetían muchos diputados, el “juez soberano”, “jurado supremo”, “tribunal superior” o “tribunal inexorable” ante el que únicamente habían de responder y someterse todos: en fin, la “reina y soberana absoluta en el régimen constitucional” (Francisco Romero Robledo, *DSC*, 15 de diciembre de 1888, 241), y, por lo tanto, “está sobre todos poderes y sobre todas las instituciones en un régimen liberal y representativo” (*Ibid.*, *DSC*, 28 de abril de 1888, 2950). En los mismos términos absolutos, se expresaba Sagasta en 1891: “[...] nosotros somos Gobiernos de opinión, y si un Ministro baja la cabeza ante la opinión pública, hace bien, porque la opinión está sobre los Ministros, sobre el Gobierno, sobre las Cortes y sobre todo” (*DSC*, 11 de julio de 1891, 2142).

Así pues, para los parlamentarios las Cámaras (en su doble función, por un lado, de expresarla y, por otro, de orientarla, formarla o conformarla)²⁹, los partidos y los

ella, se eche sometiendo solo a esa opinión enfermiza el conocimiento de unos delitos y sustrayendo de su competencia otros no menos importantes? [...]”. Santos Isasa, *DSC*, 23 de abril de 1887, p. 1979.

²⁸ Sagasta fue, por ejemplo, uno de esos políticos que otorgó verdadera centralidad en sus discursos al concepto de opinión pública, véase al respecto Gonzalo Capellán de Miguel “El concepto de ‘opinión pública’ en el discurso político de Sagasta”, en José Antonio Caballero López (Ed.), *Retórica e Historia: oratoria y opinión pública*, Logroño, Ediciones Instituto de Estudios Riojanos, 2008, pp. 251-269. Pero también, otros diputados como el conservador Francisco Romero Robledo. Acertadamente así lo señalaba otro parlamentario en el transcurso de un enfrentamiento dialéctico mantenido con él: “[...]en este pugilato de ingenio, en el cual S. S. puede siempre vencerme, la opinión pública, esa opinión pública a la que yo apelo por primera vez, y a la que S. S. está apelando todos los días y a todas las horas, nos juzgará, porque leerá mis pobres palabras, únicamente para saber lo que se ha contestado a S. S., no porque yo crea que puedo ser para la opinión pública motivo de preocupación [...]”. *DSC*, 21 de enero de 1889, p. 780.

²⁹ Las siguientes palabras, pronunciadas por el conservador Lorenzo Domínguez en 1887, explican en detalle esa doble relación o función del Parlamento respecto a la opinión pública: “Son en el régimen parlamentario las Cámaras así como a manera de gran teatro abierto ante el país, cuyos intereses aquí se ventilan y resuelven bajo la constante inspección, la vigilancia incesante y al censura de la opinión pública, juez supremo en estas contiendas. Así que los hombres públicos y los partidos tiene que estar atentos a las pulsaciones de esa opinión para atemperar a ella sus actos y conducta, o para apartarse a un lado cuando sus convicciones no se conforman con ella, y también a las veces para combatirla hasta

gobiernos –los poderes del Estado- habían de basarse en y ser órganos de la opinión pública; porque contra la opinión pública no se podía ir, no se podía gobernar. Según la dialéctica parlamentaria, esta consideración representaba la condición tácita o expresa sobre la que se fundamentaba toda la actuación política. Como ya se señaló al comienzo de este escrito, ello no constituía sino el reflejo de la premisa liberal de su concepción como único instrumento de legitimación del poder, de su funcionalidad dentro del sistema constitucional, por lo que la denuncia de alejamiento de la opinión se instituía en la fórmula habitual para deslegitimar la labor de los gobiernos³⁰.

Parlamento, partidos y gobiernos debían de ser intérpretes de la opinión pública, en cuyo cometido tenían que apoyarse en los otros órganos a través de los cuales

conquistarla y ganarla; pero siempre resulta que la opinión es necesaria en estos gobiernos para intentar cualquier empresa con éxito eficaz y provechoso; hasta el punto de que los hombres públicos de más talento y de más grandes servicios y merecimientos, si no cuentan con esa opinión, fracasan en su empeño; los partidos que la tienen en contra se hacen peligrosos e imposibles en el Poder; y las Cámaras, cuando la opinión pública le es adversa, faltan a la primer condición de su naturaleza y de la representación que deben a su origen.

En un régimen de esta naturaleza, y así es el régimen parlamentario con sus inconvenientes y sus ventajas; en unas Cámaras que funcionan y viven de este modo, y así son las Cámaras en el régimen parlamentario, la manera mejor de conseguir el acierto en sus resoluciones y en sus fallos es dar a los asuntos una gran amplitud de discusión, no solo para que la contienda y el debate aquilaten el fallo, sino también, y muy principalmente, para que la opinión pública, que sigue nuestras discusiones, se fije en los asuntos que las motivan, tenga de ellos cabal idea y conocimiento, y forme juicio sobre su resolución, aplaudiéndonos si los resolvemos en justicia, o censurándonos cuando faltamos a ella”. Lorenzo Domínguez, *DSC*, 24 de enero de 1887, p. 143.

³⁰ “[...] como ya he dicho en otras ocasiones, los Gobiernos no solamente se inspiran en las opiniones de su partido, sino en la de las oposiciones y de los partidos todos; como de otra suerte no serían Gobiernos de opinión pública, Gobiernos de la Nación, sino Gobiernos de partido”. Sagasta, *DSC*, 28 de mayo de 1890, p. 4851. Ir contra el Parlamento y la opinión pública representaba deslizarse hacia la dictadura, según el general Cassola, Ministro de la Guerra con Sagasta en 1888: “Pero una vez que eso se hizo por S.S., ya no era fácil volver a los decretos, a no ser que la opinión pública lo hubiera indicado de una manera bien terminante, y bien sabe S .S. que la opinión pública por unanimidad indicó lo contrario, porque no hubo ningún órgano de prensa que no condenara como atentatorio a las prerrogativas del Parlamento el procedimiento de los decretos, y los Gobiernos parlamentarios y constitucionales no gobiernan sólo con la mayoría; tienen que atender mucho a la opinión pública, y no poco a los mismos partidos adversarios, porque desgraciados de ellos si quieren marchar contra la opinión pública. Yo puedo asegurar a su señoría que no había ningún partido que aceptara en este asunto el procedimiento de los decretos después de haberle presentado a las Cortes; y como aquí están todos representados, que se levanten a desmentirme. Es claro que el Parlamento ofrece inconvenientes, pero no hay más remedio que someterse a ellos si queremos ser parlamentarios. Revolverse contra ellos, es una rebeldía parlamentaria, a la cual yo no quiero contribuir. En ese sentido dije yo que hubiera sido una especie de golpe de estado o de dictadura ir contra la opinión del Parlamento, y después contra la opinión pública, y en ese sentido cree S .S. que estaba yo muy dispuesto a ir. Es verdad; yo estaba dispuesto a hacer por decreto aquello que no afectara a las prerrogativas del Parlamento y a la ley; pero examinado el caso detenidamente y viendo el juicio de la opinión pública, creímos que por una parte quebrantaríamos la ley constitutiva del ejército, que somete todo lo que se refiere a ascensos y recompensas a leyes hechas en las Cortes, y después que podíamos rozar un tanto las prerrogativas del Parlamento, y en este caso, yo que creía que debía hacer todo lo que pudiera por decreto, me separé de esa línea de conducta [...] yo podré alguna vez, inconscientemente, ir hacia la dictadura, pero así que la veo asomar retrocedo. Así quisiera yo que obraran todos los buenos españoles, y sobre todo los que se llaman liberales”. General Cassola, *DSC*, 5 de diciembre de 1888, p. 67.

también podía manifestarse “esa masa anónima que se llama opinión pública”³¹. En no demasiadas ocasiones, los parlamentarios de la Restauración concretaban cuáles eran aquéllos; pero cuando lo hacían, aludían a las corporaciones sociales y económicas, la prensa, folletos, cartas, comisiones, mítines y todo tipo de manifestaciones públicas: en definitiva, sus fundamentos “arrancan de todas partes..., de todo el mundo”³², como llegaría a indicar el liberal Albareda. Al asociarse al interés general, al interés público, a la voluntad nacional, la opinión pública se contraponía a los intereses personales y privados, de ahí que sus fundamentos habían de ser lo más amplios posibles. Bien es cierto que, además de lo republicanos, fueron, dentro del sistema del turno político de la Restauración, sobre todo políticos pertenecientes al partido liberal quienes más apelaron, como elemento de autoridad, a las manifestaciones exteriores o externas a través de las cuales se revelaba la opinión pública; quienes reconocían, en mayor medida, la existencia de una pluralidad de medios a través de los cuales se hacía explícita. Por contra, los conservadores antepondrían la mayor legitimidad del Parlamento como prolongación de esa opinión pública frente a la de cualquier manifestación externa de la misma; con lo que ambas posturas parecían entroncar, respectivamente, con el pensamiento progresista y moderado en su concepción de la opinión pública³³. Sirvan, como un ejemplo, las palabras dirigidas por el conservador Cos-Gayón a Sagasta cuando, para cuestionar la política del Ministro de Hacienda, el líder liberal le recriminaba no atender a las distintas representaciones de la opinión:

“Yo, sin desconocer el respeto que a todos se debe, sin negar la autoridad de nada ni de nadie, guardando a todas las entidades individuales y colectivas todas las consideraciones que vosotros queráis que yo guarde, sin embargo, creo que me ha de ser lícito decir que, después de haber tenido la honra de sostener este debate, discutiendo con el Sr. Pi y Margall, con el Sr. Carvajal, con el Sr. López Puigcerver, con el Sr. Eguilior, con el Sr. Pedregal, con el Sr. Azcárate, con el Sr. Moret y con el Sr. Sagasta, no me puedo creer obligado a inclinar la cabeza delante de argumentos de autoridad que

³¹ Sagasta, *DSC*, 11 de julio de 1981. “[...] el Parlamento no lo es todo, no es más que un Cuerpo, una institución a cuyas deliberaciones tiene que cooperar los demás órganos de la opinión pública [...]. Por esta cooperación del parlamento, donde se produce la ley y la opinión que aporta los datos necesarios, se hacen las leyes con la perfección posible”. Labra, *DSC*, 19 de junio de 1886, p. 1217.

³² Albareda, *DSC*, 17 de febrero de 1888, p. 1224. Otro diputado liberal, Cándido Ruiz Martínez, refería los diversos medios de expresión de la opinión pública en relación al caso concreto de una elección en el distrito del Puerto de Santa María: “[...] ella [la opinión pública] se nos ha manifestado por todos los conductos que tiene de expresión; se nos ha manifestado por la prensa, por comentarios en las calles, en las casas, en los círculos, por exposiciones de millares de firmas, dirigidas al Congreso y a los demás Poderes públicos, por grandes manifestaciones populares que han recorrido las calles expresando sus opiniones y sus ideas, se ha manifestado, en fin, por todos los medios que tiene la opinión pública para darse a conocer”. *DSC*, 17 de abril de 1891, p. 842.

³³ Véase Ignacio Fernández Sarasola, pp. 173-184..

se funden en manifestaciones hechas fuera de aquí. La suma de autoridad y de fuerza moral que vosotros representáis es tan grande, que con ella yo no reconozco que se iguale ninguna otra, yo no reconozco, como representación de las oposiciones a este proyecto de ley, autoridad moral mayor que la que representan sumadas las minorías liberal y republicana. No me vengáis, por lo tanto, después de cuatro semanas de estar oponiendo argumentos a argumentos, razones a razones, demostraciones aritméticas a demostraciones aritméticas, no vengáis con tan simple argumento de autoridad [la opinión pública] a decidme que ante él debo ceder [...] Permitaseme decir algo respecto a ese argumento de la opinión pública, delante del cual se nos está exigiendo un día y otro día que doblemos la cabeza. ¿Qué es la opinión pública? Todo el mundo entiende que él representa, y todo el mundo la invoca siempre que le conviene. Pero no basta decir: conmigo está la opinión pública, para que el adversario se dé por convencido. Abandonemos, pues, esta pretensión de que cada uno que hable se arroge la representación de la opinión pública; abandonemos estos argumentos de autoridad, que en todo caso serían impropios del Parlamento, pero que en un debate que ha llevado el curso que ha llevado éste son completamente improcedentes (*Rumores*) No entiendo los rumores. Declaro que para mí no hay mayor suma de autoridad en el país que al que representa el Sr. Sagasta en este momento impugnando este proyecto, y que, por consiguiente, me parece sumamente extraño que el Sr. Sagasta venga aquí a fundar sus argumentos en autoridad de gentes que, valgan lo que valgan, valen menos que S. S. [...]"³⁴.

Palabras que encontraron la justa réplica del jefe del partido liberal:

“Pero dice S. S.: sin duda el Sr. Sagasta cree que tiene en su mano la opinión pública, cuando viene con mucha arrogancia a pedirnos en nombre de ella que retiremos este proyecto. ¿Dónde está esa opinión pública? Pues, Sr. Ministro de Hacienda, en este caso, está en los hombres de negocios, en los círculos mercantiles, en las Cámaras de comercio, en todos los centros de producción, en los banqueros, en los comerciantes, en los industriales, en los agricultores, en los propietarios, que todos vienen unánimemente reprobando el pensamiento del Sr. Ministro de Hacienda. Y añade S. S. a todas estas representaciones la prensa [...]"³⁵.

Al mismo tiempo, las palabras, un tanto desdeñosas, del político conservador hacia la opinión pública eran también el reflejo del menor apego hacia la misma manifestado en general por los representantes de ese partido en el Parlamento, lo que sirvió al líder liberal para darle toda una lección de teoría política liberal:

“[...] el Sr. Ministro de Hacienda [...] busca nada menos a la opinión pública para batallar contra ella. Y por cierto que no la da autoridad ninguna cuando dice que no sabe dónde está, sin tener en cuenta que si no da autoridad a la opinión pública, no la da tampoco al régimen que nos gobierna; porque el Congreso, el Senado, la Representación

³⁴ Cos-Gayón. *DSC*, 11 de julio de 1891, pp. 2128-2133, 2141-2143, 2144-2145.

³⁵ Sagasta, *ibid.*

nacional, en una palabra, es un régimen de opinión o no sería nada. La opinión pública, Sr. Ministro de Hacienda, es la que ha de guiar todos nuestros actos si hemos de practicar honrada y noblemente el sistema representativo; de otra manera, lo mixtificaríamos. Después de todo, aun cuando nos pusiéramos enfrente de esa opinión pública que S. S. desdeña, podría ella más que nosotros; de modo que, si no por la esencia del régimen, al menos por su propia conveniencia, yo suplico a S. S. que trate de otra manera a la opinión pública, a la cual debe el partido liberal su existencia, como la debe el partido conservador, siquiera tenga una existencia tan raquítica que no conozca la savia que la opinión pública le presta”³⁶.

De sus agentes externos a los poderes del Estado, sin duda, la prensa aparecía como “su órgano más autorizado” (Pedregal, *DSC*, 8 de abril de 1899, 2386). La prensa garantizaba el principio de publicidad y transparencia en la vida de los organismos del Estado inherente al concepto de opinión pública, como tribunal máximo ante el que aquéllos eran responsables³⁷, base para la necesaria cooperación de la sociedad en la vida política. Por ello, la prensa era señalada en mayor medida como el nexo entre los poderes legislativo y ejecutivo y el país. Era la que, tras las elecciones, hacía posible la continua y obligada colaboración entre la opinión pública interna (del Parlamento) y la externa. Como principal intermediaria entre el poder político y la sociedad, era fundamentalmente la encargada de ilustrar, formar y también dirigir a la opinión pública y, por ello, a la que se responsabilizaba también, en la mayoría de las ocasiones, de “extraviarla”. A través de ella, llegaban al país las actuaciones del poder y a éste las pulsaciones y reclamaciones de la opinión, por lo que era la que posibilitada la necesaria complementariedad entre ambas instancias. Eran, pues, de las manifestaciones de la prensa de las que se hacían eco preferentemente los diputados, para asumirlas o censurarlas; de tal manera que prensa y opinión pública eran, en el lenguaje parlamentario, prácticamente una misma cosa: en la mayoría de los casos, opinión pública era sinónimo de prensa.

A lo largo de la Restauración, no obstante lo dicho, hubo ocasiones –si bien escasas- en las que en el Parlamento pareció romperse ese señalado consenso en torno a la connotación positiva inherente al concepto de opinión pública, y que evidenciarían una pérdida de su atractivo. Entre otras razones, estaba la señalada utilización como

³⁶ Sagasta, *ibid*, p. 2141.

³⁷ “La publicidad, y lo que es su consecuencia, la responsabilidad ante el primero de los tribunales, que es de la opinión pública, son base fundamental de todo sistema representativo [...] el principio ha ido penetrando suavemente en la vida del Poder legislativo, en la vida del Poder ejecutivo, si no de manera directa e inmediata, como acontece con el Parlamento, pues que las tribunas, y sobre todo los taquígrafos y los periodistas, son la garantía de esa publicidad, a lo menos indirectamente en cuanto a los actos del Poder ejecutivo se traen aquí para discutirlos”. Azcárate, *DSC*, 12 de febrero de 1890, p. 2773.

arma arrojadiza por los partidos (o periódicos) al servicio de sus posiciones e intereses particulares, que contradecía la noción de una opinión monolítica, unitaria, inherente al liberalismo. Durante el periodo isabelino, moderados y progresistas habían consagrado una concepción general y unitaria de la opinión pública, contraria a los partidos, portadores de una opinión parcial y disgregadora, lo que, en última instancia, motivaba su confusión con la voluntad general³⁸. Por el contrario, el uso y abuso retórico o demagógico del término evidenciaba la imposibilidad de la existencia de una verdadera opinión pública y, por el contrario, su pluralidad y versatilidad³⁹. Como ya se ha apuntado, fueron, en una mayor medida, políticos del partido conservador los que cuestionaron a la opinión pública como máxima fuente de autoridad de sus actuaciones y los que, en cualquier caso, la otorgaron un papel más limitado, lo que se constata incluso en un menor uso del término.

En consecuencia, parlamentarios de ese signo político, al final del periodo restauracionista, acabarían convirtiendo a la opinión pública también en la responsable del “desastre” del 98:

“[...] no confundamos las verdaderas corrientes de la opinión pública, con esas corrientes puramente superficiales que todo lo envenenan y todo lo ahogan; que lleguemos a convencernos de que esa llamada opinión pública, por regla general, ni es opinión, ni es pública. No es opinión, porque no obedece al estudio detenido de los diferentes factores que entran en cada problema; y no es pública, porque no es más que la opinión de unos cuantos; no es más que la opinión de los que bullen, de los que de los que charlan, de los que gritan, de los que se hacen oír; pero la opinión de los hombres sensatos, por regla general, diametralmente opuesta a la que se llama opinión pública [...]. Estas corrientes de la opinión suelen ser tan funestas a los países, que, por regla general, son las que arrastran a las más grandes catástrofes. En efecto, todo el mundo recuerda que la llamada opinión pública fue la que empujó a Napoleón III al desastre de 1870. Aquí, en España, la opinión pública estuvo a punto de llevarnos nada menos que a una guerra con Alemania, cuando la famosa cuestión de las Carolinas; la opinión pública no quiso evitar la guerra de Cuba cuando era tiempo y sazón oportuna, aferrándose en criterios cerrados, que nos fueron altamente perjudiciales; la opinión pública nos llevó a la guerra de los Estados Unidos; la opinión pública fue la que empujó a nuestras escuadras a Cavite y a Santiago de Cuba (*El Sr. Marqués de Casa-Laiglesia*: Los periódicos). La llamada opinión pública, la falsa opinión, que no es la opinión de los hombres sensatos que piensan y que quieren a su país. Es la opinión del vulgo, es la opinión de lo que se agita, de lo que se mueve [...]”⁴⁰.

³⁸ Véase Ignacio Fernández Sarasola, 2006.

³⁹ Javier Fernández Sebastián, 2002, pp. 477-486.

⁴⁰ Fernando Sartorius Chacón, conde de San Luis, *DSC*, 16 de diciembre de 1899, p. 2893. El diputado Guillermo Rancés, Marqués de Casa-Laiglesia, que matizó la acusación del Conde San Luis, era también miembro del partido conservador, amigo político de Francisco Silvela.

El propio Sagasta, como presidente del Consejo de Ministros, justificó la decisión de su gobierno de ir a la guerra, como de firmar la paz, como una cesión al empuje unánime de la opinión del país, aún en contra de la propia voluntad del gabinete: “En España sólo había algunos que no querían la guerra: estos algunos eran los desgraciados que constituíamos entonces el Gobierno” (Sagasta, *DSC*, 22 de febrero de 1899, 1880).⁴¹

Las continuas referencias en el Parlamento a la opinión pública, en cuanto que se consideraba emanación –órgano e intérprete- de la misma, contrastaban con la realidad, también unánimemente reconocida por los mismos políticos de la época, de que los Parlamentos eran hechuras de los gobiernos y no, la representación de la opinión pública, de la que, por el contrario, en no demasiadas ocasiones se reconocía abiertamente, en el lenguaje parlamentario, su debilidad o inexistencia. Así lo hacía, por ejemplo, el diputado conservador Lastres cuando en 1887 manifestaba:

“[...] si tuviéramos opinión pública en España, si afortunadamente la hubiese ¡cuánto bien para el país! Muchas y muy sabrosas pláticas se podrían hacer a propósito de este asunto [...]. Sin embargo, bien saben los señores de la mayoría [liberal], como desgraciadamente sabemos nosotros, cuán floja es la opinión de nuestro país [...], y que es preciso que esa opinión se forme, robustezca y llegue un día a ser una potencia como lo es en otras partes. ¡Ojalá entre nosotros lo sea pronto!”⁴².

Y también se refería a ello el liberal Cándido Ruiz Martínez en 1891:

“Con esto de la opinión pública, Sres. Diputados, pasa lo mismo que con la atmósfera; todos la respiran y nadie la ve; así es que no es extraño oír diariamente apreciaciones en las cuales cada uno cree tener la opinión pública de su parte, y se ve continuamente que por individualidades y fracciones se le da a esta opinión pública diversos rumbos y opuestas direcciones [...]. En nuestro país, desgraciadamente, no es aún muy tangible, no es aún lo bastante densa para que pueda apreciarse en todos los casos esta atmósfera de la opinión pública; pero sucede en cambio que cuando algún hecho, algún fenómeno, alguna circunstancia hiere la atención del país, entonces esa opinión se manifiesta con una fuerza, con una intensidad, con un desarrollo que supera a aquellos otros países en los cuales la opinión pública de ordinario está más formada y definida”⁴³.

⁴¹ Respuesta de Sagasta a Nicolás Salmerón cuando éste le recriminaba que el gobierno había actuado en sus decisiones sobre la guerra divorciado de la opinión pública.

⁴² Francisco Lastres, *DSC*, 5 de julio de 1887, pp. 2286-2287.

⁴³ Cándido Ruiz Martínez, *DSC*, 17 de abril de 1891, 842.

Debilidad de la opinión pública, “estado de atonía y anemia, de indiferencia glacial del país” (Silvela, *DSC*, 19 de noviembre de 1889, 1353) ante los asuntos públicos y la política, eran consideraciones que contrastaban en el contexto de una dialéctica parlamentaria trufada de referencias a una opinión pública que parecía informarlo todo, como si de un poder invisible se tratara. Así, pese al uso y abuso retórico del término, no solo no aparecía en ningún momento definida de forma clara sino que, por lo mismo, se mostraba completamente desdibujada. A pesar de todo ello, como señala Fernández Sebastián, “en general, sigue entendiéndose aquélla como una fuerza social difusa susceptible de ejercer más influencia que poder”⁴⁴.

Si, como hemos visto, el Parlamento se erigía en órgano fundamental de expresión de la opinión pública, no faltaron tampoco voces en su seno que cuestionaran tal función. Su falta de legitimidad derivaba de la corrupción del sufragio, de ese falseamiento sistemático de la opinión del país expresada en las que constituían la base misma del sistema representativo: las elecciones. Se denunciaba que eran los gobiernos los que hacían las elecciones, por lo que el Parlamento no representaba “debidamente a la opinión, sino a la voluntad del poder ministerial” (López Domínguez, *DSC*, 9 de febrero de 1888, 1123)⁴⁵. En consecuencia, el régimen político no era un régimen basado en la opinión, y, por ello, no era auténtica y predominantemente representativo. El intervencionismo estatal en los comicios y la indiferencia política del país seguirán siendo señalados como los principales rasgos de la vida política nacional hasta el final de la monarquía constitucional de Alfonso XIII, en que la clase política seguiría proclamando la inexistencia o debilidad de la opinión pública en España⁴⁶.

Pero fue, precisamente, en el contexto de la discusión del proyecto de ley liberal de sufragio universal en los años 1889 y 1890 cuando se asistió a un interesante debate entre conservadores y liberales sobre el papel de la Monarquía, el Parlamento y la opinión pública en el régimen constitucional. La reforma electoral se defendió como

⁴⁴ Javier Fernández Sebastián, 2002, *op. cit.*, p. 486.

⁴⁵ También se manifestaba en el mismo sentido el republicano Nicolás Salmerón: “Decía, pues, Sres. Diputados, que por estas condiciones dentro de las cuales funciona el régimen presente, estos dos partidos en turno han venido al ejercicio del poder, no por las libres, espontáneas manifestaciones de la opinión [...]: han venido por influencias extrañas al Parlamento mismo, y en condiciones de tal naturaleza, que han contribuido barrenar el prestigio del Parlamento y a evidenciar que para nada lo necesita la Corona, y para nada lo necesitan los Gobiernos, aun cuando surjan del Parlamento mismo. Y por eso lo menosprecian, porque los Parlamentos son hechuras de los gobiernos y no son representación del país que si lo fueran, ¿cómo no habrían de respetarlos? Si dependieran de nuestros votos y fuéramos nosotros los legítimos representantes de la opinión pública”. *DSC*, 22 de febrero de 1899, p. 1876.

⁴⁶ Aurora Garrido, “Elecciones y opinión pública en la España liberal (o la ausencia de un electorado ‘opinante?’ en Gonzalo Capellán (Ed.), *Opinión pública. Historia y presente*, Madrid, Trotta, 2008, pp. 51-65.

una mera ampliación del sufragio, y, en ningún momento, se expresó una interpretación radical y democrática del derecho electoral: no representaba la aprobación del sufragio “como única y legítima expresión de la soberanía nacional”, “como única fuente y origen del poder”, y no alteraba, por lo tanto, el principio de la soberanía compartida de las Cortes con el rey establecido en la Constitución de 1876⁴⁷.

Ello no fue óbice para que en el desarrollo de la discusión tuviera lugar un interesante debate entre los líderes de los partidos del turno, Cánovas y Sagasta, en torno a la función de la opinión pública y la Corona en el régimen liberal español. La escasa participación que tuvo Cánovas en la discusión del proyecto del sufragio universal se circunscribió a la defensa que hizo del carácter de poder efectivo que había de tener en España la Monarquía, por la ausencia de un cuerpo electoral que pudiera servir de guía a la Corona en la dirección de los asuntos públicos. Para Cánovas, la Monarquía tenía que ser “una fuerza real y efectiva, decisiva, moderadora y directora, porque no hay otra en el país” (*DSC*, 15 de julio de 1889, 766.). Aunque no negaba que la Monarquía debía inspirarse en la opinión pública y en las mayorías parlamentarias, señalaba que éstas estaban incapacitadas para representar a la opinión pública porque no emanaban –y ello había acontecido bajo todo tipo de régimen en nuestro país, decía Cánovas- de un cuerpo electoral inexistente sino de la voluntad de los Ministros de la Gobernación, de los gobiernos:

“La Monarquía, es verdad, ha de inspirarse en la opinión pública, y no niego que una forma de esa inspiración o un momento de ella se la opinión de las mayorías más o menos legítimas, y desde luego parto del supuesto que lo sea éste; pero aún en estos casos, cuando una mayoría lleva tres o cuatro años de gobierno; cuando hipotéticamente se puede creer, aun suponiendo toda legitimidad posible en ella, que el cuerpo electoral haya en ese tiempo podido modificar sus opiniones ¿Quién ha de decidir en estos casos de la oportunidad de los cambios políticos, sino la absoluta y libre potestad de la Corona? [...]. En otras partes cuéntase con un cuerpo electoral, al cual nada le importa el gobierno que esté en el poder, porque lo mismo ejerce su intervención estando unos hombres políticos o estando otros en el gobierno; y cada vez que se plantea esta duda de si una mayoría parlamentaria representa genuinamente el sentimiento y la voluntad del país, es muy fácil acudir al mismo país, porque el país sabe demasiado cómo ha de decidir la cuestión. Entre nosotros, es claro, las cosas no se realizan de esa manera, y ha

⁴⁷ “No es el sufragio tal como lo entienden los republicanos [...] sino que es sencillamente [...] una extensión, una ampliación del derecho electoral, sin que de esa ampliación puedan nunca deducirse aquellas consideraciones que del principio del sufragio, tal como ellos lo entienden, deducen lógicamente los republicanos [...] si por mayoría de votos llega a aprobarse, se habrá aprobado solamente una extensión del derecho electoral, solamente esto, y por esto sólo habremos votado algo que es contrario, que es opuesto al principio que sustentan y piden los señores Castelar y Azcárate y los amigos que comparten sus ideas”. Sánchez Bedoya, *DSC*, 20 de diciembre de 1889.

acontecido hasta aquí bajo todo régimen, bajo el régimen de la revolución del 1868, lo mismo antes que después, bajo el gobierno de los liberales más exaltados, y de los republicanos, y de todos los gobiernos, que las mayorías han respondido a la voluntad de los Ministros de la Gobernación”⁴⁸.

Las manifestaciones de Cánovas provocaron la respuesta del jefe del partido liberal, Sagasta. Éste discutió la teoría enunciada por el líder conservador basada en el menosprecio hacia las mayorías parlamentarias como barómetro al que debía consultar o en el que debía inspirarse la Corona. Decía Sagasta, dirigiéndose al prohombre conservador: “cuando estaba en el poder, nos decía a nosotros: ‘no hay que mirar a Palacio; allí no está el poder; el poder se halla en el país y en la opinión pública’. Ahora que está en la oposición, nos dice: “no hay que mirar al país y a la opinión pública; hay que volver los ojos a Palacio” (Sagasta, *DSC*, 15 de julio de 1889, 768). Sagasta legitimaba el papel político de la Corona como intérprete en todo momento de la opinión pública a la vez que no compartía la desconsideración de Cánovas hacia el cuerpo electoral, las mayorías parlamentarias y hacia el Parlamento, en definitiva, porque para él representaba el mayor ataque que se podía dirigir contra el régimen parlamentario:

“Yo convengo que la Corona pueda, en efecto, dar el poder al partido que tenga por conveniente; pero es necesario convenir que la Corona procede de ese modo porque cree que lo hace en armonía con la opinión pública y en bien del país, y que puede, contra una mayoría parlamentaria, dar el poder a un partido, si entiende que la mayoría está divorciada de la opinión pública y que no es la voluntad de la mayoría parlamentaria la del país; porque para esto tiene la Corona, por la altura a que se encuentra, un criterio de imparcialidad y de justicia para apreciar los actos sociales y políticos, que no tenemos los partidos que vivimos en la arena candente de esta lucha apasionada. [...]. No se puede hablar tan absoluto como S. S. lo ha hecho del cuerpo electoral [...]. Desde el momento que usted echa por tierra, sin consideración alguna, al cuerpo electoral, desde el momento en que S. S. cree que la mayoría, no ya en este Parlamento, sino en todos los Parlamentos, no representa más que la voluntad del Ministerio de la Gobernación, dirige el mayor ataque que se pueda enderezar contra el sistema bajo el que vivimos ¿Es que el cuerpo electoral no tiene aquella energía, aquella vitalidad que muestra en otros países? Pues vamos a dársela”⁴⁹.

Dicho en otros términos, “claro está –espetaba Sagasta- que la Corona tiene libérrima prerrogativa para nombrar y separar a los Ministros... porque lo consigna de una manera explícita y terminante la Constitución del Estado... [pero] la mayoría

⁴⁸ Cánovas del Castillo, *DSC*, 15 de julio de 1889, p. 766.

⁴⁹ Sagasta *DSC*, 15 de julio de 1889, p. 768.

parlamentaria y la opinión pública son el barómetro en estas cuestiones” (*DSC*, 15 de julio de 1889, 769).

En su respuesta al líder liberal, Cánovas, además de reafirmarse como creyente en la fe de la opinión pública -ella era quien debía decidir los cambios de gobiernos- insistió en su postura sobre el papel de la Corona como principal intérprete de la misma, “único juez efectivo” ante la falta de un verdadero cuerpo electoral:

”Que en esta clase de gobiernos la opinión pública es la que debe decidir los cambios. De eso no se trataba; eso lo he reconocido yo expresamente. Mi cuestión [...] se refería a la interpretación de esta opinión pública, a quien tenía el derecho de interpretarla [...] diciendo que a quien principalmente tocaba esta función de interpretar la opinión pública era a la Corona [...]. Yo he dicho que la Corona era aquí el único juez efectivo, dado el estado de nuestro cuerpo electoral, de lo que la opinión pública requería [...]”⁵⁰.

El político conservador consideraba, incluso, que en España se vivía el momento de mayor decadencia del cuerpo electoral desde los orígenes del régimen representativo; que la fácil fabricación por los gobiernos de las mayorías parlamentarias se debía a la indiferencia de un país que prefería, en general, “estar a bien con la autoridad de los Gobiernos que apoyar ninguna opinión” (*DSC*, 15 de julio de 1889, 771). Así pues, en la dualidad de poder recogida en la Constitución, Cánovas, aun adjudicándole la misión de ser intérprete de la opinión pública, venía a otorgar claramente la supremacía a la Corona. Para Cánovas, la monarquía era la pieza clave en el ejercicio de la soberanía, y la convertía, así, en una especie de poder autónomo al deslegitimar, por su origen, a uno de los “barómetros” en que aquélla, según los políticos del partido liberal, podía inspirarse en el ejercicio de la llamada regia prerrogativa: las mayorías parlamentarias. La Corona sólo podía interpretar a la etérea *opinión pública*⁵¹. Este era el juego de matices en el que parecían dirimirse las diferencias entre los dos representantes del turno; en el que los conservadores sacrificaban, en última instancia, al Parlamento como

⁵⁰ Cánovas del Castillo, *DSC*, 15 de julio de 1889, p. 771.

⁵¹ Si Cánovas se vio obligado a manifestar expresamente su reconocimiento a la autoridad representada por la opinión pública, incluso la función de la Corona se legitimaba en la opinión pública, Sagasta, tanto ante la minoría conservadora como ante los republicanos, lo fue a reconocer su desvinculación de la soberanía nacional y, por lo tanto, los límites de dicha autoridad: la Monarquía como institución permanente de la nación, y, de esta manera, se lo aclaraba al republicano Azcárate: “El sufragio universal [...] no es más que el derecho reconocido a todo ciudadano, que tiene por esto participación en los negocios del Estado, pero dentro de la soberanía del Estado mismo, dentro de la organización de sus poderes públicos. De manera que las Cortes que vengan mañana con el sufragio universal, no tendrán ni más ni menos facultades que tienen éstas, y no podrán anular al Poder moderador, porque éste es consustancial con la Nación en su representación en Cortes, y por consiguiente comparte con la Representación nacional y con el pueblo la soberanía de la Nación”. Sagasta, *ibid.* p. 776.

legítimo representante de la opinión. Este debate, en torno al peso que dentro del régimen político debían tener la Monarquía y la opinión pública, ya había sido mantenido con anterioridad por ambos líderes del turno, con idéntico resultado: mientras que Sagasta, y los liberales, presentaban a la Corona como solo un instrumento o intérprete de la opinión pública -auténtica reina y soberana- sin cuyo concurso no se podía gobernar, los conservadores parecían preferir apoyarse en la voluntad de la primera para legitimar su acción política⁵². No es casual, por otra parte, que este debate entre el papel de la Corona, el Parlamento y la opinión pública se produjera en el contexto de la discusión del proyecto de ley del sufragio universal, y si el conocido rechazo de Cánovas al mismo –ya que la ausencia de un verdadero cuerpo electoral fue una característica estructural del sistema- explicaba ahora sus críticas al Parlamento, reconocido por ambos partidos del turno como el órgano más autorizado de expresión de la opinión pública, no fue suficiente para que Cánovas se atreviera a rechazar a la opinión pública, algo que sí hizo, en cambio, por las mismas fechas fuera del medio parlamentario⁵³.

3. DE LA OPINIÓN PÚBLICA A LAS “OPINIONES”

Con el final de siglo, tras la guerra hispanonorteamericana (y la actitud de la opinión pública ante la misma) y los tímidos inicios de una sociedad de masas con el advenimiento de éstas a la vida social y política nacional, la necesidad de movilizar la opinión se convierte en un tópico y una verdadera obsesión en los círculos políticos e intelectuales regeneracionistas del país. A los reproches dirigidos hacia el pueblo español, a ese elemento neutro y pasivo, de indiferencia hacia los asuntos públicos se unen las reflexiones sobre cómo despertar y movilizar a esa “masa neutra”⁵⁴. Todo ese

⁵² Véase, al respecto, Gonzalo Capellán de Miguel “El concepto de ‘opinión pública’ en el discurso político de Sagasta”, en José Antonio Caballero López (Ed.), *Retórica e Historia: oratoria y opinión pública*, Logroño, Ediciones Instituto de Estudios Riojanos, 2008, pp. 11-16.

⁵³ El rechazo del término opinión pública por parte del conservadurismo español y sustitución por otro, el de “conciencia nacional”, utilizado por el integrismo y la derecha radical católica es analizado por Gonzalo Capellán de Miguel en Gonzalo Capellán de Miguel y Aurora Garrido Martín, “Los intérpretes de la opinión. Uso, abuso y transformación del concepto *opinión pública* en el discurso políticos durante la Restauración (1875-1902)”, *Ayer* 80, 2010 (4) pp. 99-108. Véase también Gonzalo Capellán de Miguel, “La opinión secuestrada. Prensa y opinión pública en el siglo XIX”, *Berceo*, nº 159, 2º Sem. 2010, pp. 54-60.

⁵⁴ “Masa neutra” es un término que utilizaría especialmente Antonio Maura en sus discursos. Un ejemplo de lo señalado fue la encuesta promovida por Joaquín Costa en el Ateneo de Madrid en 1901 sobre

ambiente característico del nuevo siglo tuvo su natural reflejo en el tratamiento que la opinión pública tendrá en el Parlamento del reinado de Alfonso XIII (1902-1923), cuya composición política será, además, más plural que en la etapa restauracionista por la mayor presencia en él, aunque minoritaria en términos globales, de otras formaciones políticas diferentes a los partidos del turno, esto es, de republicanos en sus diferentes matices, regionalistas, católicos y socialistas.

En líneas generales, se mantuvo ese carácter difuso de la opinión pública y la ausencia de una verdadera definición de la misma, apareciendo caracterizada como una fuerza moral y crítica que había de estar detrás de la acción de los gobiernos y los parlamentarios, pero conectada, en cualquier caso, con el interés general, con el interés público: “[...] la opinión pública, que es algo inmaterial, pero que se percibe; la opinión pública que significa el consenso de todos los ciudadanos para formar juicio sobre todo aquello que afecta al interés público [...]” (Armiñán, *DSC*, 5 de julio de 1918, 2244). No obstante, algo había cambiado en relación a la etapa anterior en la consideración de la opinión pública: se trata de la ruptura con una concepción unitaria, por encima de los partidos, portadores de un ideario particular. Aparece, ahora, una concepción basada en el pluralismo y en la valoración en términos igualitarios de todas las opiniones singulares⁵⁵. Ello era la consecuencia de la señalada irrupción, con una mayor fuerza en el juego político, de otras opciones partidarias diferentes a los partidos del turno político, fruto de la progresiva entrada de las masas en la vida sociopolítica del país y del proceso de transición del liberalismo a la democracia abierto tras la aprobación del sufragio universal.

Así pues, en los primeros decenios del siglo XX fue habitual referirse, especialmente por esos partidos, en lugar de a una opinión pública unitaria, a “todas las corrientes, manifestaciones o concreciones de la opinión pública”, a “los distintos sectores, matices de la opinión pública española” y, así, apelar a o legitimarse en las opiniones concretas, produciéndose su adjetivación partidaria (democrática, radical, republicana, socialista, carlista, liberal, conservadora,...). Así el socialista Indalecio Prieto diría lo siguiente:

Oligarquía y caciquismo, tal como y definiría el propio Costa al régimen restauracionista, y para quien el problema político de España no solo derivaba de la actuación de la clase política sino también de la indiferencia y la “pasividad senil” del pueblo español. Este tema se desarrolla más ampliamente en Aurora Garrido, “Elecciones y opinión pública en la España liberal (o la ausencia de un electorado ‘opinante’?” pp. 57-59.

⁵⁵ Javier Fernández Sarasola, 2006, pp. 185-186.

“[...] eso de la opinión pública, es una cosa tan ampliamente difusa, que no quiere decir nada, y aquellos sectores de opinión concreta, políticamente, que hay en España, tienen el deber de manifestarse; y [...] nosotros, pequeño o grande, amplio o restringido [...], somos un sector de opinión”⁵⁶.

Por otra parte, lo anterior se conjugaba con una apropiación de la opinión pública por parte de dichos partidos (republicanos, socialistas y nacionalistas), que aparecían como la representación más auténtica de la opinión pública, los representantes de la verdadera o “sincera” opinión, del país, frente a la “opinión artificiosa” que encarnaban conservadores y también liberales:

“Lo que hay es que en España, frente a este problema, como frente a tantos otros, surgen contradictorias dos opiniones: es una de ellas la opinión artificiosa, que se crea en el Ministerio de la Guerra [en referencia a la Guerra de Marruecos], y en otros Ministerios, que secundan aquellos partidos que algún compromiso y alguna responsabilidad tienen en los hechos, y que difunden por todas partes los periodistas afectos a estos políticos, publicando y reproduciendo muchas veces en las columnas de sus periódicos versiones completamente distintas de las que al oído cuentan a sus íntimos en las tertulias de las Redacciones. Pero frente a esta opinión, surge otra opinión sincera, de la masa de España, de la gente que contribuye con su sangre y con su dinero [...]”⁵⁷.

Esa apropiación de la representación de la opinión pública –que llegaba a negarla como fundamento de los dos partidos gobernantes- por parte, esencialmente, de los diputados no monárquicos de la Cámara Baja (nacionalistas, republicanos y socialistas) se legitimaba, por un lado, en el carácter ficticio de la mayoría de la composición del Congreso de los Diputados como consecuencia de la manipulación de las elecciones y de la corrupción y falta de conciencia pública de los ciudadanos que votaban a los partidos del turno⁵⁸. Por otro, y vinculado con lo anterior, en la representación de “la calle”⁵⁹, que aparece caracterizada como auténtico actor o agente sociopolítico y que, por supuesto, también monopolizaban⁶⁰: de las “masas”, las “masas sociales”, o las

⁵⁶ Indalecio Prieto, *DSC*, 2 de marzo de 1922.

⁵⁷ Aranzadi, *DSC*, 18 de noviembre de 1921, 4275.

⁵⁸ “[...] los que representamos una fuerte opinión pública, los que representamos a los electores que no se venden y tienen conciencia ciudadana [...]”. Prieto, *DSC*, 18 de abril de 1922, p. 760.

⁵⁹ “¿No habláis vosotros de la calle y de la opinión pública? ¿No podemos los demás acudir a la opinión pública y a la calle?”. Le decía el conservador Cierva y Peñafiel al regionalista catalán, Cambó. *DSC*, 5 de diciembre de 1922, p. 4527.

⁶⁰ Decía el republicano Marcelino Domingo en el Congreso de los Diputados: “Tenemos nosotros el propósito de hablar, y hablamos –os lo decimos con toda claridad- más para la calle que para el Parlamento [...]. Si nosotros supiéramos que este era un Parlamento debidamente constituido, si nosotros supiéramos que todos los elementos que en el Parlamento se sientan respondían a un sentimiento popular,

“muchedumbres” que se movilizaban. Ellas reflejaban un hecho, una realidad evidente, a través de la que adquiría cuerpo y rostro, representación objetiva, ostentación y visibilidad la opinión pública. Fue, precisamente, en el contexto de los sucesos de la Semana Trágica de 1909 y las movilizaciones en torno al ¡Maura, no! –expresión que se instituyó en el símbolo de rechazo al líder conservador- cuando, en el lenguaje parlamentario, comenzó a hacerse patente el protagonismo de las masas, de las cuales ya no se podrá prescindir a la hora de hablar de y caracterizar a la opinión pública. Se operará, así, un cambio de concepción de la misma según el cual las masas sociales pasarán a ser consideradas el sujeto de la (verdadera) opinión pública y las manifestaciones por ellas protagonizadas, la auténtica representación y ostentación de ella. Valgan, como ilustrativas, las siguientes palabras pronunciadas por el diputado republicano Soriano:

“[...] con solo esto bastaría para que juzgarais del espectáculo que la opinión pública ofreció hace pocos días. Aquí está la manifestación del domingo, Sr. Ministro de la Gobernación ¿Ve usted cuántas cabezas? (*Risas*) Y aquí está la manifestación en casa del Sr. Maura. Cuatro (*El orador muestra dos fotografías*) [...] Así, pues, como yo necesitaba establecer en primer término esta afirmación suprema, que es la de los hechos, que es la de la realidad, que es la fotografía que habla aquí mejor que pudiera hacerlo yo, quede bien sentado que a la manifestación del domingo asistieron más de 100.000 personas [...] ¿Qué es lo que S. S., Sr. Maura, entiende por opinión pública? [...] qué es lo que S. S., si leyera un libro famoso que se llama *La psicología de las muchedumbres*, en donde se diseña y se ausculta y estudia lo que las muchedumbres son; qué es lo que S. S. entiende que es en las muchedumbres la opinión pública? ¿Cree S. S. que la opinión pública, como dicen los órganos de S. S. en la prensa, es esa fiera popular que se manifiesta en momentos determinados, en periodos revolucionarios, en horas de agitación, o cree S. S. que la opinión pública es la explosión ordenada, legal y sincera de una muchedumbre inmensa que desfila por un paseo para protestar de algo?”⁶¹.

Por otra parte, ello se alejaba de la consideración individual de la opinión pública, de una idea de la misma como producto del debate libre y racional ente individuos, inherente a la concepción liberal, a la vez que la opinión pública se

el que fuera, que los hubiera traído aquí, nosotros hablaríamos para el Parlamento, convencidos de nuestras razones [...] podían decir la actitud del Parlamento. Pero nosotros sabemos cómo el Parlamento está constituido, nosotros sabemos lo que representan todas las fuerzas que hay aquí, y sabemos que, nos produzcamos en la forma que nos produzcamos, el Parlamento en su propósito seguirá. Por eso hablamos para la calle, para interesar a la calle en estos problemas, para agitar a la calle en la gravedad estos problemas. Es opinión pública decidida la que falta en España”. *DSC*, 20 de junio de 1918, p. 1891.

⁶¹ Soriano, *DSC*, 2 de abril de 1909, pp. 3510-3512 y 3514. Soriano se refería al libro de Gustave Le Bon, *La psicología de las masas* o *La psicología de las multitudes* (según las traducciones), de 1895.

convertía en una cuestión de la ciencia social, de la sociología y de la psicología social al situarse en el terreno del análisis de las conductas colectivas⁶². En este contexto, opinión pública (en su forma externa) se hace coincidir, se identificaba, ahora, con la muchedumbre o multitud que se manifestaba y protestaba: ésta era la opinión real, la verdadera; algo que conducía, como ya señalamos, a negar a los partidos monárquicos, liberales, el carácter de partidos de opinión, de partidos basados en la opinión pública:

“[...] los partidos monárquicos [...] esos partidos no tienen un apoyo real, efectivo en la opinión pública, porque no hay masas profundamente monárquicas en la nación [...]. Y es el régimen vive de ficciones, y una de las grandes ficciones es la existencia de poderosos partidos monárquicos, que no tienen realidad en la vida política española”⁶³.

Frente a este concepto, desde el ámbito liberal, de los partidos del turno, se oponía el mayor valor del Parlamento como órgano o intérprete de la opinión, el más genuino⁶⁴, y, en consecuencia, de las elecciones como el medio de expresión o manifestación de la opinión pública⁶⁵ por excelencia.

La identificación de la opinión pública sobre todo con republicanos y socialistas y las masas que les apoyaban –sustentado ello, sobre todo, en la manipulación del sufragio- conducía inexorablemente a la acusación por parte de aquéllos de divorcio o desvío entre el Parlamento o, más concretamente, la mayoría de la representación parlamentaria, considerada como una ficción, y la opinión pública.

No obstante lo anterior, se seguía hablando, de manera general –incluso los parlamentarios lo hacían fuera de las Cámaras- de la inexistencia o, cuando menos, debilidad de la opinión pública: “en general vivimos políticamente de una ficción, y nos llamamos representantes de una opinión pública que no existe, pero que es necesario que exista”, diría el republicano radical Lerroux (*DSC*, 4 de noviembre de 1916, 2406);

⁶² Véanse Gonzalo Capellán, 2003, pp. 719-732; y Javier Fernández Sebastián y Gonzalo Capellán de Miguel, 2008, pp. 40-44.

⁶³ Indalecio Prieto, *DSC*, 6 de junio de 1918, p. 1506.

⁶⁴ Por ejemplo, así se expresaba el Presidente del Consejo de Ministros, Antonio Maura en relación a las manifestaciones de la Semana Trágica: “No es que yo desdeñe, ni tenga en poco las manifestaciones de la opinión. Lo que yo niego es que las manifestaciones de la opinión hayan de valer lo que quiera un Diputado, ni dos, ni diez. Ahora hemos oído a uno, oiremos a los demás que hablen, porque en este régimen la opinión pública tiene un órgano constitucional que es el Parlamento, y todavía no he visto que hayáis procurado ver cómo el órgano constitucional dedicado a recoger, a expresar, a formular el juicio de la opinión pública, aprecia esos mismo actos que S. S. individualmente, estima, califica y resuelve (*Rumores en la izquierda*)”. *DSC*, 2 de abril de 1909, p. 3519.

⁶⁵ “[...] nunca mejor ocasión que aquella en que un Gobierno comparece ante los propios electores, directamente, para pulsar esa opinión y recoger los indicios de esa opinión en el sufragio [...]”. Maura, *DSC*, 19 de octubre de 1909, p. 57.

de una “opinión remisa, retraída y abstinerente”, en palabras de Antonio Maura (*DSC*, 5 de junio de 1914, 1144) y de la ausencia de voluntad en el cuerpo electoral. Especialmente, ello se asociaba a la España rural, a unas masas rurales sometidas por el caciquismo y que no tenían opinión ni voluntad en lo que se refería a los asuntos políticos: la opinión pública aparecía, así, como sinónimo de la opinión de las grandes ciudades y de las masas urbanas (Zulueta, *DSC*, 3 de junio de 1914, 1082-1087).

Pero la necesidad de robustecer o fomentar la opinión era sobre todo esgrimida por aquellos partidos que, como ellos señalaban, vivían básicamente de la opinión, quienes además responsabilizaban a las mayorías parlamentarias dinásticas de la misma debilidad de aquélla por seguir las inspiraciones de los gobiernos en lugar de a la opinión pública. Para desarrollarla, amén de respondiendo a sus intereses, se propugnaba el ejercicio de una intensa labor propagandística por todos los medios posibles, el propio Parlamento entre ellos, órgano también creador y orientador de la misma, y que, por lo mismo, tenía el cometido de ilustrar e interesar a los ciudadanos en los problemas nacionales. La participación de los políticos en el necesario fomento de la opinión pública fue señalada por ellos mismos, también por los dinásticos, fuera del Parlamento, como ilustra la encuesta que Antonio Cases realizó en 1917 a parlamentarios y exparlamentarios españoles sobre la opinión pública. Muchos de los testimonios contenidos en ella coincidían en atribuir a los políticos un papel esencial en esa acción pedagógica que se creía necesaria para dotar a la ciudadanía de educación cívica o política. Dicha función se les reclamaba, especialmente, a los representantes de los partidos gobernantes, quienes debían de fomentar la opinión pública a través de la sinceridad electoral –de la celebración de elecciones verdad, sin encasillado ni caciquismo-, la moralización del régimen político y una actuación basada en la abnegación, el desinterés y el sacrificio, esto es, en el patriotismo⁶⁶. También se apelaba a la acción educadora de los que se consideraban como los otros dos elementos directores de la sociedad, la prensa y los intelectuales -sobre todo, la primera-. Aquélla podría paliar las carencias culturales y económicas de los españoles que, según los parlamentarios nacionales, se oponían a la existencia de una fuerte opinión pública⁶⁷.

⁶⁶ En la obra de Antonio Cases, *La opinión pública española. Su fomento y su utilización*, hay distintos testimonios que apuntan en este sentido, como los de los políticos dinásticos Burgos y Mazo (pp. 44-45), Roig y Bregada (p. 42), Marqués de Pilares (p. 43), J. Commelerán (pp. 53-56), Conde de Villamonte (p. 58), Eduardo Berenguer (p. 59) o Carlos Cusí de Miquelet (pp. 80-81).

⁶⁷ *Ibid.* Véanse los testimonios de los diputados liberales Baldomero Argente del Castillo (pp. 75-78) y José García Pardo (p. 81); y del exdiputado conservador Luis Redonet (pp. 115-116) y exsenador Manuel Polo (p. 114).

La señalada apropiación del término opinión pública principalmente por republicanos y socialistas, por aquellos partidos que, en definitiva, –como ellos expresaban- necesitaban y vivían de la opinión y cuyo deber era, por lo tanto, recoger las aspiraciones del pueblo, llevó a que el partido conservador manifestase su desconfianza hacia la opinión pública. Aunque hubo distintas ocasiones a lo largo del periodo analizado, una de las más reseñables se producirá en el contexto, como a finales del siglo XIX, de una nueva crisis, la derivada, en los años 1921 a 1923, de la depuración de las responsabilidades de la guerra de Marruecos tras el desastre de Annual. Entonces, la recriminación al gobierno, por la oposición, de actuar en contra de la opinión pública condujo a un interesante debate en torno a la relación entre ésta y el gobierno protagonizado por el conservador Sánchez Guerra, a la sazón, Presidente del Consejo de Ministros, y determinados representantes de la oposición, de la izquierda liberal (facción dentro del partido liberal que lideraba Santiago Alba), republicanos y socialistas. En el transcurso del mismo, el diputado albista Juan Sarradell manifestaría:

“La opinión pública, Sr. Presidente del Consejo, es una gran señora, con toda la dignidad de señora, y, por excelente que sea el caballero, no se postra a sus pies. No es la opinión la que debe seguiros; sois vosotros los que, poniéndoos delante en la resolución y tramitación de los problemas, debéis alcanzarla. (El Sr. Presidente del Consejo de Ministros: Lo niego en absoluto)”⁶⁸.

En su respuesta Sánchez Guerra, llegó, incluso, a rechazar a la opinión pública como fuerza inspiradora de la acción de gobierno:

“No estoy conforme con la idea que tiene el Sr. Sarradell respecto a la relación que debe establecerse entre el que gobierna y la opinión pública. [...] El gobierno no tiene que hacer algo semejante a lo que Quevedo hacía para que las mujeres le siguieran: ponerse delante de ellas; el gobernante no debe dejarse llevar ni traer por la opinión; el gobernante está aquí para servir el interés público conforme a sus convencimientos”⁶⁹.

Posteriormente, aunque reafirmandose en su tesis, matizaría sus aseveraciones, al establecer la diferencia entre lo que sería la opinión pública y la “popularidad”, ligada ésta al apoyo de las masas y las “muchedumbres”:

“Eso, no; la opinión pública dirigiendo, no; eso sería tanto como decir al navegante que tomara por piloto al viento. El gobernante está obligado a ilustrar a la opinión pública, a

⁶⁸ Sarradell, *DSC*, 7 de abril de 1922, p. 739.

⁶⁹ Sánchez Guerra, *DSC*, 7 de abril de 1922, p. 740

dirigirle, a encauzarla, a procurar con sus actos, con sus predicaciones, la asistencia de la opinión pública, y si no la logra, como ésta no es carga concejil, debe mantener su propio convencimiento y marcharse de aquí para que vengan otros más identificados con el público sentir a dirigir y a gobernar [...] son cosas distintas la popularidad y la opinión [...] desde la más remota antigüedad hasta nosotros [...] los que tuvieron razón, desde el Calvario aquí, no fueron populares y [...] los que no la tuvieron contaron muchas veces con la asistencia de las muchedumbres”⁷⁰.

Como liberal, el político conservador no podía rechazar el sintagma opinión pública, a los que oponía el de “popularidad”, unas veces, y otras, el de “ruido” (“los que gobiernan están obligados a distinguir entre la opinión y el ruido”, *DSC*, 30 de noviembre de 1922, 4460), llegando, incluso, a diferenciar la opinión pública del “interés público” (“algo superior a la opinión pública, aunque parezcan la misma cosa”, *ibid*, 1 de julio de 1922, 3237), y al que debían servir los gobernantes. No obstante, sus manifestaciones eran la constatación de que en los prolegómenos de la Dictadura de Primo de Rivera la opinión pública había dejado de ser patrimonio del liberalismo, de un liberalismo, al menos el encarnado por el conservadurismo español, que rechazaba a las masas; unas masas que, sin embargo, se habían convertido en el sujeto objetivo y visible de la misma. Es cierto, como se ha expuesto en este trabajo, que el argumento de la opinión era utilizado por los diversos actores políticos de manera estratégica y oportunista en función de las circunstancias políticas –dependiendo sobre todo de si se estaba en el gobierno o en la oposición- pero también lo es que ello no derivó, salvo en momentos excepcionales, en un cierto cuestionamiento de la opinión pública como fuente de legitimidad de la acción política. Cuando así ocurrió, ello procedió de las filas del liberalismo conservador⁷¹ –además de sus críticos naturales, el tradicionalismo e integrismo políticos⁷²- que no parecía sentirse demasiado cómodo con un término como el de opinión pública, que se vinculaba al predominio de las pasiones y a las muchedumbres agitadas por los radicales y demagogos. Por otra parte, el debate en el

⁷⁰ *Ibid.*, *DSC*, 20 de abril de 1922, p. 821 y 21 de abril de 1922, p. 860.

⁷¹ Otra muestra de esto mismo es la siguiente réplica del conservador Javier Ugarte al republicano Eduardo Barriobero: “Hablaba el Sr. Barriobero de eso que llamaba el común sentir de la opinión pública. A la opinión pública acudo yo; a la opinión pública hemos acudido todos los que hemos tenido que formar juicio acerca de esas sangrientas convulsiones que produjeron el asesinato, el robo, el incendio, las profanaciones sacrílegas que mancharon nuestra historia. Hay una opinión pública, Sr. Barriobero, que se indigna y protesta ante tales agresiones al derecho, a la libertad, a los fueros de la vida colectiva. Y hay otra llamada opinión pública de la cual se ha dicho, y no en vano lo dijo hace muchos años D. Cándido Nocedal, que tiene cetro de caña y corona de talco y de papel pintado; esa es la única opinión pública que podéis invocar vosotros.” *DSC*, 12 de junio de 1914, p. 1299. Cándido Nocedal fue líder del integrismo político; murió en 1885.

⁷² Véanse, por ejemplo, Vázquez de Mella, *DSC*, 29 de noviembre de 1905, pp. 900-901; y Senante, *ibid.*, 10 de julio de 1923, p. 841.

Parlamento en torno a las responsabilidades por la guerra de Marruecos sirvió también para que socialistas y republicanos, que pocos años atrás seguían proclamando la debilidad de la opinión pública en el país, se refirieran a ella como una realidad efectiva en la vida política nacional: “[...] en este tema de las responsabilidades, que es el único, dentro de nuestra corta vida pública, en que hemos asistido al fenómeno consolador de la presión directa de la opinión pública sobre los elementos parlamentarios [...]” (Indalecio Prieto, *DSC*, 4 de julio de 1923, 712.)⁷³. Y, en el mismo sentido, se expresaba el republicano Marcelino Domingo: “Nosotros, como hemos explicado claramente en nuestras anteriores intervenciones, somos partidarios declarados y entusiastas de la exigencia de las responsabilidades; no porque se haya creado un opinión ficticia y esta opinión ficticia nos impulse a ello, sino porque creemos que por primera vez se ha producido en España una opinión en este sentido y que es deber sagrado atenderla y servirla” (*DSC*, 10 de julio de 1923, 842). Ello venía a coincidir con lo que Manuel Azaña expresó en 1924 en su *Apelación a la República*. Según Azaña, los desastres de África “habían desencadenado un gran movimiento de opinión popular que pedía (...) sanciones y enmiendas [y] las Cortes, recogiendo aquel movimiento, iban a hacerse intérpretes de la opinión pública” cuando el golpe de estado de Primo de Rivera en septiembre de 1923 vino a frustrar tales esperanzas⁷⁴

4. CONCLUSIONES

Del análisis de los discursos parlamentarios, se deduce el papel fundamental que los diputados otorgaron al concepto de opinión pública, que utilizaron de manera obsesiva como argumento central de sus intervenciones y fundamento de actuaciones, conscientes de su función como fuente de legitimidad de la acción política dentro del sistema representativo. La teoría liberal había otorgado a la opinión pública un rango de

⁷³ En otro momento de ese mismo discurso señalaba: “España está herida; tiene una profunda herida causada en Annual. Hay una opinión densísima, que, después de ver el rigor de los tribunales militares, depurativo de la moral del Ejército, exige que eso se haga con los hombres civiles con plena justicia, con absoluta justicia. Tendría S. S. un concepto equivocado de la formación de la opinión pública en estos instantes, si creyera que eso obedece a mezquindades políticas. Eso está en todos los ámbitos. Hemos asistido a manifestaciones demandando las responsabilidades en que, detrás de la bandera del ‘requeté’ han ido los socialistas, los republicanos, todos los elementos que tienen raigambre en la vida nacional [...]”. Indalecio Prieto, *DSC*, 4 de julio de 1922, p. 721.

⁷⁴ Tomado de Javier Fernández Sebastián, “Opinión Pública”, en *Diccionario político y social del siglo XX español*, Madrid, Alianza Editorial, 2008, p. 883.

poder superior, al que debían supeditarse todos los demás, y que estaba, consiguientemente, por encima de la Corona, el Gobierno y el Parlamento. Por ello, los políticos españoles no solo se presentaban en todo momento como los portavoces de su voluntad, identificándose con ella –ellos eran la opinión pública- sino que, incluso, rivalizaban por ser sus intérpretes más autorizados, independientemente de que el régimen liberal funcionara en la práctica (manipulación electoral, designación de los gobiernos por la Corona) pervirtiendo los que eran los principios teóricos del sistema representativo. El abuso del término, su conversión en un tópico frecuente en el debate político, acabó convirtiendo a la opinión pública en un recurso retórico, al que, por ello, parecía vaciarse de contenido o significado, aunque no de sentido: el de dotar a los discursos y las prácticas políticas de legitimidad, siendo éste el común consenso sobre el que asentaba la utilización del concepto. Porque su naturaleza abstracta y su falta de definición o concreción expresa ocultaban la polisemia del término, las concepciones diferentes subyacentes para cada partido o grupo político. En la etapa restauracionista, entre los liberales, que prácticamente hicieron suyo el concepto, y los conservadores, que parecían cuestionar el carácter de “poder absoluto” de la opinión pública frente a la monarquía y que acabaron mostrando una cierta prevención hacia ella especialmente en el contexto de la aprobación del sufragio universal y ante sus potenciales efectos. Esto fue algo que se patentizó con más claridad durante el reinado de Alfonso XIII con la irrupción –aunque fuera de forma tímida, pero evidente- de las masas urbanas en la primera línea de la escena sociopolítica nacional y la identificación que los partidos republicanos y socialista, principal aunque no exclusivamente, hicieron de esas masas con la opinión pública, de cuya representación, consiguientemente, se apropiaron. En definitiva, todo ello no era sino la constatación del carácter fundamental que los parlamentarios españoles otorgaron en su discurso al concepto de opinión pública, que asumieron adaptándolo a sus respectivos discursos, objetivos e ideales políticos: aun cuando el sintagma utilizado fuera el mismo, encubría contenidos diferentes, expresión de la riqueza y diversidad que poseía –y posee- el concepto opinión pública.

BIBLIOGRAFÍA

CAPELLÁN, G., “El giro científico (1870-1910): Hacia un nuevo concepto de opinión pública”, *Historia Contemporánea*. 27, 2003, pp. 719-732.

CAPELLÁN DE MIGUEL, G., “El concepto de ‘opinión pública’ en el discurso político de Sagasta”, en José Antonio Caballero López (Ed.), *Retórica e Historia: oratoria y opinión pública*, Logroño, Ediciones Instituto de Estudios Riojanos, 2008, pp. 251-269.

CAPELLÁN DE MIGUEL, G., “La opinión secuestrada. Prensa y opinión pública en el siglo XIX”, *Berceo*, nº 159, 2º Sem., 2010, pp. 23-61.

CAPELLÁN DE MIGUEL, G. y GARRIDO MARTÍN, A., “‘Los intérpretes de la opinión’. Uso, abuso y transformación del concepto *opinión pública* en el discurso político durante la Restauración (1875-1902)”, *Ayer* 80, (4), 2010, pp. 83-114.

CASES CASSAN, A., *La opinión pública española. Su fomento y su utilización*, Madrid, Imprenta Gráfica Excelsior, 1920.

Diario de las Sesiones de Cortes, Congreso de los Diputados (DSC), 1875-1923.

FERNÁNDEZ SARASOLA, I., “Opinión pública y ‘libertades de expresión’ en el constitucionalismo español (1726-1845)”, *Historia Constitucional* (revista electrónica), nº 7, 2006 (<http://hc.rediris.es/07/index.html>).

FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J., “Opinión pública”, en Javier Fernández Sebastián y Juan Francisco Fuentes (Dirs.) *Diccionario político y social del siglo XIX español*, Madrid, Alianza Editorial, 2002, pp. 477-486.

FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J., “Opinión pública”, en *Diccionario político y social del siglo XX*, Madrid, Alianza Editorial, 2008, pp. 877-893.

FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J. y CAPELLÁN DE MIGUEL, G., “Historia del concepto ‘opinión pública’ en España (1808-1936)”, en Gonzalo Capellán (Ed.), *Opinión pública. Historia y presente*, Madrid, Trotta, 2008, pp. 21-50.

GARRIDO MARTÍN, A., “Elecciones y opinión pública en la España liberal (o la ausencia de un electorado ‘opinante?’”, en Gonzalo Capellán (Ed.), *Opinión pública. Historia y presente*, Madrid, Trotta, 2008, pp. 51-65.

HELLER, H., *Teoría del Estado*, México, Fondo de Cultura Económica, 1971.

LÓPEZ EIRE, A. y SANTIAGO GUERVÓS, J. de, *Retórica y comunicación política*, Madrid, Cátedra, 2000.

RAMÍREZ JIMÉNEZ, M., “Parlamento y opinión pública”, *Anuario Jurídico de La Rioja*, nº 1, 1995, pp. 71-80.

VV.AA., “Opinión Pública”, en Javier Fernández Sebastián (Dir.), *Diccionario político y social del mundo iberoamericano. La era de las revoluciones, 1750-1850*, Madrid, Fundación Carolina/Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales/Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2009, pp. 979-1113.

RACIONALIDAD E IRRACIONALIDAD

LA DIALÉCTICA ENTRE LO RACIONAL Y LO IRRACIONAL EN LA HISTORIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA. LA ILUSTRACIÓN Y EL LIBERALISMO

Cándido Monzón Arribas

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas importantes que ha acompañado siempre a los fenómenos de opinión pública es el relacionado con su mayor o menor racionalidad, porque normalmente quienes están pendientes de ella – los mismos ciudadanos, el gobierno, los medios de comunicación o cualquier otra institución – suelen apelar a la razón, la sensatez, la reflexión o el sentido común de la gente cuando se refieren a este tipo de comportamiento.

Cuando el gobierno o los medios dicen dirigirse a la **opinión pública**, lo normal es pensar que quieren dirigirse a la población en general y, sobre todo, a la parte más sensata de la opinión pública, su racionalidad. Sin embargo, todos sabemos que las sociedades y los públicos son complejos y que gran parte de sus comportamientos, incluido el reflexivo, no están dirigidos sólo y, especialmente, por la razón, sino por los sentimientos, los impulsos, los afectos o, lo que algunos han llamado, los instintos.

Este problema de racionalidad e irracionalidad en el comportamiento social y, en este caso, en la opinión pública, ha estado siempre presente en el discurso de este concepto. Todos han hablado, incluidos dictadores y tiranos, de la importancia de la opinión mayoritaria, de la *vox populi*, de la voluntad general, del poder del pueblo, de la opinión pública o de la razón pública, aunque después hayan venido las dudas y las matizaciones. ¿Realmente ha importado el pueblo y su opinión a aquellos que han estado en algún tipo de gobierno o de poder? ¿Qué ha pesado más en los gobernantes, la idea de un pueblo sensato y racional o la idea de una masa neutra empujada por impulsos e instintos? ¿No será que estamos más ante un problema de control y manipulación, que de atención y respeto por la voz del pueblo? Posiblemente, como

dicen algunos – dejando una puerta abierta a la racionalidad del hombre -, lo que llamamos opinión pública no es sino la opinión de una minoría selecta, ilustrada y poderosa, que piensa con criterio e interés propio y que, después, al pasar sus ideas al resto de la población, ésta las asume como propias bajo la presunción (espejismo) de que estas opiniones, públicas y colectivas, son suyas y les pertenecen. Se dijo en la Grecia clásica, se dijo en la Ilustración y muchos lo siguen manteniendo en el día de hoy.

Hubo un tiempo en que la razón pública estaba representada en el poder y en el saber, pudiéndose afirmar que el sujeto de la opinión pública estaba más en las élites ilustradas que en el resto de súbditos o ciudadanos. Hubo otro – se dijo - en que la opinión pública pasó de las élites a las grandes masas, pero éstas ya no se movían tanto por la reflexión y el interés público, sino por impulsos, intereses y necesidades. Y, aunque ambos modelos mantienen algún tipo de relación, podemos afirmar que en el momento actual ambos perviven, pero con formas distintas de expresión.

Nuestro objetivo, aunque ahora se desarrolle parcialmente, pretende adentrarse en el tratamiento que algunos autores han dado - desde Aristóteles hasta el momento actual - a la dimensión racional e irracional del hombre en lo tocante a aquellas opiniones que emiten los individuos cuando se ocupan de temas relacionados con el interés público. La polisemia de la opinión pública es rica y variada en matices porque son muchos los ángulos, enfoques y dimensiones en que se apoya para dar una explicación adecuada de la misma, pero, de todas ellas, destacamos una: **la dimensión racional-irracional del hombre.**

La filosofía griega, por ejemplo, mantenía que hay que dar toda la confianza a la razón (*logos*) como camino para llegar a la verdad, dejando en segundo lugar, y más bien maltratada, a la opinión (*doxa*). El uso de la razón, decían, nos acerca a la verdad (*alezeia*), a la razón verdadera y al cultivo de la ciencia (*episteme*); la opinión, en cambio, se queda a mitad de camino como saber imperfecto e incompleto – un semisaber - o, en el mejor de los casos, como conocimiento probable o aproximado. La razón principal radica en que sus opiniones están contaminadas, primero por quienes las cultivan – las clases más bajas de la sociedad – y, segundo, por las interferencias que provocan permanentemente en la razón las sensaciones, los afectos y los deseos más bajos del hombre.

Los ilustrados y liberales, en cambio, retomarán este concepto atribuyendo a la opinión la posibilidad de acceder a la verdad, pero no una verdad entendida en sentido

absoluto y completo, sino relativo y parcial. Conciben la opinión como la mejor expresión que el hombre puede hacer de sus ideas a través de la palabra razonada. Supone información, educación, conocimiento, experiencia e interés por las cosas de interés público. Parten del supuesto de que nadie tiene la verdad, toda la verdad o la verdad absoluta, pero, si todos razonan y opinan, estas opiniones podrán acercarse a la mejor de las verdades y, consecuentemente, a la mejor de las soluciones sobre los problemas que afectan al interés público. Estas observaciones estarán presentes en el desarrollo de las libertades y en la construcción de la nueva sociedad – la democracia –, a la que todos podrán acercarse en el mismo plano de igualdad y libertad (legal).

Las aportaciones de la psicología, desde mediados del siglo XIX, intentarán explicar algo que los hombres han hecho desde siempre: que sus objetivos, vivencias e intereses no sólo se han movido por la sensatez y brillantez de la razón, sino sobre todo, por la fuerza de los sentimientos, las pasiones y los impulsos. Incluso, algunos sostendrán, que si pudiéramos *cuantificar* cuál de estas partes ha tenido más importancia en la historia de la humanidad, ganarían los sentimientos y los impulsos. Esta interpretación también es aplicable a los comportamientos sociales que llamamos *opinión pública*.

Una observación y una hipótesis. Es verdad que el uso y la práctica de la razón ha posibilitado el desarrollo del hombre, marcando una distancia cualificada con el mundo animal, pero, ¿podría defenderse al día de hoy (y en el pasado) que el uso de la inteligencia ha marcado la dirección de los comportamientos del hombre o, son las llamadas facultades inferiores - las relacionadas con los instintos – las que han mandado en la especie humana (la hoja de ruta biológica) y han puesto, incluso, la inteligencia a su servicio, como defendían hace más de un siglo los psicólogos de las multitudes? A nuestro entender, la respuesta no es sencilla y trataremos de llevar este análisis al comportamiento de la opinión pública.

Para aclarar algunas claves de este problema nos vamos a centrar en una serie de etapas, corrientes de pensamiento y autores que han tocado, con mayor o menor profundidad, el tema de la racionalidad y la irracionalidad del hombre y que pertenecen a campos como la filosofía, el derecho, el pensamiento político, la sociología, la psicología y las ciencias de la comunicación. Son momentos puntuales de la historia de la opinión pública, que marcan posiciones distintas en torno al continuo racional-irracional y que situamos, el primero, en la época de la ilustración y el liberalismo clásico; el segundo, en la etapa de la psicología de las multitudes de finales del siglo

XIX; y, el tercero, en los años que discurren desde los años veinte del siglo pasado hasta el momento actual, en estrecha relación con la propaganda, el marketing político, la comunicación política y el desarrollo de los valores democráticos.

En esta primera parte del trabajo¹ tendremos en cuenta, entre otros, los puntos de vista de **Aristóteles, Erasmo de Rotterdam, René Descartes, Thomas Hobbes, John Locke, David Hume, Jean Jacques Rousseau, Emmanuel Kant, James Mill, Alexis de Tocqueville y John Stuart Mill**. Dejando a un lado como precedentes a Aristóteles y Erasmo – pero considerados como personas ilustradas allá donde las hubiere -, el resto podría ser incluido en la corriente de pensamiento relacionada con la ilustración y el liberalismo, unos, porque aportaron datos importantes sobre la racionalidad e irracionalidad del hombre y, el resto, porque hablaron expresamente del ser y del poder de la opinión pública. A lo largo del siglo XIX, al amparo del desarrollo democrático, la teoría liberal de la opinión pública será ampliada, matizada y criticada y, como fenómeno social, será temida y tenida como referente principal por parte del poder y la misma sociedad. Ya lo decía, entre otros, Napoleón: *la opinión pública es la reina del mundo* y puesto que se presenta como una fuerza confusa y escurridiza, los juristas harán todo lo posible para que nunca aparezca citada en los textos legales - incluida la constitución - reconociendo, sin embargo que es mucha su fuerza e influencia y que actúa con todo su poder como un tribunal que juzga y controla al poder político, a las instituciones y a los ciudadanos. Por todo esto es frecuente durante el siglo XIX hablar del *tribunal de la opinión pública*.

La segunda corriente importante en la historia de la opinión pública la encontramos en el último tercio del siglo XIX y primer tercio del XX, junto al desarrollo de la psicología y, más en concreto, de la psicología de las multitudes. Las teorías instintivistas, en cierto modo, intentarán colocar a los instintos en el lugar principal de explicación del comportamiento humano – en nuestro caso, de la opinión pública - , relegando a un segundo plano la razón ilustrada. *La razón, en su origen – decían- es posterior a los instintos y, además, trabaja a su servicio*. David Hume, un siglo antes, ya decía cosas parecidas sobre este tema, pero serán las aportaciones de Charles Darwin, William James o C. Lloyd Morgan las que hablen de la presencia de instintos en el ser humano y los que influyan en los llamados psicólogos de las multitudes hasta completar el cuadro de (y fundamentar en) los instintos la parte más

¹ Centrado, principalmente, en La Ilustración y el Liberalismo, y en algunos autores anteriores, como Aristóteles o Erasmo de Rotterdam.

importante del comportamiento humano. Ahí están las teorías de William McDougall, Gustavo Le Bon, Sigmund Freud o Vilfredo Pareto cuando las aplican a la opinión pública y afirman que lo determinante en este concepto poco tiene que ver con la razón – como sostenían los liberales -, sino con la fuerza de los instintos vividos colectivamente, aunque adornado de *seudorazonamientos*, *racionalizaciones* o *derivaciones*. La opinión pública no es la expresión (del uso) de la razón ante un problema público, sino la eclosión de algún instinto vivido colectivamente que demanda satisfacción inmediata. Así como en tiempos de la ilustración a la opinión pública se la considerada como un ejercicio público de racionalidad, en el pensamiento de los teóricos de la sociedad de masas, la opinión pública será entendida como una de las muchas formas de expresión de la irracionalidad del hombre.

La tercera corriente la situamos en el contexto de las ciencias de la comunicación, la investigación en comunicación de masas y el desarrollo de la democracia, es decir, el tiempo que transcurre desde la primera crisis importante de la democracia en los años veinte y treinta del siglo pasado, hasta el momento actual. La *razón* y la *sin razón* de la opinión pública irá unida al desarrollo de conceptos y técnicas como la propaganda, las encuestas de opinión, el marketing político, la comunicación política, la personalización política y el populismo. Se moverá entre la razón (pública) y la imagen (pública). Junto al logos, entendido como razón y palabra, estarán también los símbolos, la reputación, las impresiones, los impulsos y los intereses. Estará sometida al descrédito y a la manipulación, pero siempre se buscará en ella la referencia del pueblo y su poder y sus muchos derechos y libertades. Tendrá de fondo un tipo de sociedad que arranca, primero, como *sociedad de masas*, después, como *sociedad de la información* y, desde las últimas décadas, como *sociedad del conocimiento*. Esta última, la *sociedad del conocimiento*, será la encargada de recoger, desarrollar e integrar la parte más razonable del hombre en esa dimensión racional-irracional del hombre, como ya lo intentaran anteriormente algunos filósofos griegos y los ilustrados.

Aquí y ahora nos vamos a centrar en el desarrollo de la primera fase, apoyándonos - como muestra de la amplia bibliografía que existe sobre el tema - en algunos textos de los autores citados.

2. PRECEDENTES ILUSTRADOS: ARISTÓTELES Y ERASMO DE ROTTERDAM

Ninguno de los dos habló de opinión pública, porque – que se sepa - el primero en utilizar esta expresión fue J. J. Rousseau (1980, 163) en su *Discurso sobre las ciencias y las artes*, en 1750, pero ambos sí hablarán de opinión, de razón, de ciencia y de verdad.

Erasmus le anduvo muy cerca porque en su *Elogio de la locura*² utilizó la expresión latina *populari opinione* (1991, 53) - *opinión popular* - y que algunos han traducido por *opinión pública*. La *opinión popular* o la *voz del pueblo* ya tenía una larga tradición desde la democracia griega, cuando Protágoras, por ejemplo, utilizaba la expresión *dogma poleon* (*la voz de la mayoría*) o cuando los romanos - y quienes más tarde hablarán latín - apelaban a la *vox populi*³.

Platón y Aristóteles se encuentran entre esos grandes filósofos que ya hablaban de opinión y de razón – *doxa* y *logos* –. Su antropología humana y social les llevará a diferenciar los hombres libres de los esclavos, los patricios de los plebeyos, los varones de las mujeres, los mejores de los peores y los sabios de los ignorantes. Los que aparecen en primer lugar podrán aspirar a la excelencia y tener un hueco en la vida pública. Son minoría, son los ciudadanos y son los soberanos. Pueden acudir al *agora* en libertad, en el mismo plano de igualdad y hacer uso de la palabra en público⁴. Podrán dar su punto de vista, dialogar, discutir y buscar soluciones sobre los temas de interés general, practicando la *opinión pública*. Así como a los soldados se les reconoce el valor, a estos ciudadanos se les supone sensatez y racionalidad. Pero, de todos, los más destacados serán los comprometidos con la verdad: la gente culta, quienes cultivan

² El traductor de *Elogio de la locura* de Espasa-Calpe, Pedro Voltes, traduce *populari opinione* por *opinión pública*, traducción que podría aceptarse en sentido amplio, pero que quedaría más acertada su traducción literal, *opinión popular*. El párrafo del cap XXV, original y traducido, es éste:

“Usque adeo neque sibi, neque patriae, neque suis usquam asui esse potest, propterea quod communium rerum sit imperitus & a **populari opinione**, vulgaribusque institutos longe lateque discrepet”. (Basileae, Typis G. Haas, ex Officina J. J. Thurneisen. MDCCLXXX, - 1780 - p. 83, Digitized by Google)

La traducción de Pedro Voltes, dice así: “Añadiré que no puede ser útil en nada ni a sí, ni a la patria, ni a los suyos, porque es inexperto en las cosas corrientes y discrepa largamente de la **opinión pública** y de los estilos normales de vida”. El subrayado es nuestro.

³ No en balde, los romanos daban mucha importancia a los conceptos de ciudadano y de pueblo, términos estrechamente unidos a lo que llamamos opinión pública. Ahí está el acrónimo *SPQR* y las palabras que representan: *Senatus populusque romanus*, como forma de representar a la República y el Imperio Romano, incluidas también hoy en el escudo de Roma.

⁴ Los griegos lo llamaban: *isonomia* (igualdad ante la ley), *isocracia* (igualdad de poder) e *isegoria* (igualdad de palabra).

la ciencia y, sobre todo, los que aman el saber, los filósofos. Estos últimos, los que aman la verdad (*alezeia*), serán los mejor situados para acercarse a la plenitud humana y conseguir la perfección (la *areté*).

Los demás, los que están en segundo lugar, son los que apenas tienen derechos. Son la mayoría, se guían por pasiones y en lo tocante al desarrollo intelectual, solo pueden tener opinión (*doxa*), y muy poco de razón (*logos*). Los nombres dados a estas mayorías, despreciadas, temidas e ignoradas (chusma, vulgo, plebe, horda, muchedumbre, masa...), manifestarán en su conducta una gran semejanza con el comportamiento de los animales. Cuando se hable de esta dimensión irracional del hombre hablarán de las pasiones, del mundo turbio y oscuro de los instintos y de la posible maldad en su conducta. La filosofía y la religión harán muy poco por indagar en su naturaleza, causas y efectos y, menos, en su posible bondad. Por ello, la religión, en lo tocante a los instintos, se orientará no tanto por la comprensión, sino por el control, la ascesis y la represión. Será Erasmo, como veremos más adelante, quien haga, desde el sarcasmo y el humor divino de los dioses, una primera indagación en ese mundo primitivo y pasional, como algo que nos afecta a todos, humano, natural y positivo, además de divertido y placentero.

Aristóteles considera al hombre como un animal racional y político. Sería la traducción de *zoon logon exon* (animal que calcula y razona, animal que habla) y *zoon politikon* (animal político, animal sociable). Lo sustantivo en ambas definiciones es la idea de “animalidad” y, lo complementario y distintivo respecto a otros seres vivos, lo “racional” y lo “social”.

Según lo expuesto por Aristóteles en *Acerca del alma*⁵ (1999), da por supuesto la existencia del alma (*psyche*) y en su exposición pasa a desarrollar su naturaleza y propiedades. Todos los seres vivos están dotados de alma, distinguiendo el alma vegetativa, el alma sensitiva y alma racional. Aristóteles no admite la inmortalidad del alma ni la reencarnación. El alma en el hombre es *logos* y *eidos*, asume las funciones del alma vegetativa y animal y el hombre podría definirse como *animal racional*⁶.

Podría pensarse que cuando habla de la vida sensitiva del alma animal, además de describir las funciones propias de cada sentido, también haría referencias al

⁵ Aristóteles: *Peri Psyche* (335-322a), en latín, *De anima*. Con este mismo título y, en latín, también han escrito sobre el alma: Tertuliano, Avicena y Francisco Suárez.

⁶ Cuando se cita la definición – animal racional –, todos se la atribuyen a Aristóteles, pero nadie pone la cita y la obra. Por ejemplo, en *Acerca del alma* se supone que el hombre es racional, pero no hay una cita expresa con estas palabras. Fue el estoico Chrysippus quien más tarde atribuyó esta definición a Aristóteles y parece ser que nadie la puso en duda.

comportamiento primitivo e instintivo de los animales. Nada de eso. Será en otras obras, especialmente en la *Retórica* (1990), donde desarrolle el tema de los deseos, apetitos e instintos, la dimensión irracional del hombre. Hay un apetito inferior, apoyado en los instintos naturales - que podría verse claramente recogido en los niveles más bajos de cualquier esquema que describa las necesidades humanas - y, hay otro superior, que podría identificarse con la *voluntad*, pero vigilado muy de cerca por la inteligencia. En la dimensión irracional, común a los animales y al hombre, se encuentran los sentidos, las sensaciones, los apetitos, las pasiones y los instintos; en la dimensión racional, propia sólo del hombre, la razón y la palabra. Así como los animales se guían exclusivamente por el deseo (*orexis*), los hombres añaden racionalidad y control para suavizar o mitigar el poder de los impulsos. La dimensión de los deseos nos viene dada por la naturaleza y llega a todo el mundo; la de la razón, la verdad y la virtud, en cambio, supone esfuerzo y una voluntad especial, lo que implica que sólo esté al alcance de unos pocos. Este pensamiento griego, especialmente el de Aristóteles, tendrá su traducción en la filosofía y la moral cristiana, perfectamente recogido y expresado en las obras de Tomás de Aquino. Hasta Erasmo de Rotterdam apenas se avanzará en el conocimiento de este mundo instintivo y primitivo del hombre como, por ejemplo, en la parte relacionada con la bondad que puedan tener los impulsos y deseos y, si alguno hace algo, será, o para considerarlo como una losa que está ahí, cargada de peligro y de pecado, o – como harán en la mayor parte de los casos - para controlarlo y condenarlo.

Aristóteles, en la *Política* (2004), vuelve a la definición del hombre, pero fijándose en su dimensión social. Parte del supuesto de que “el hombre es un ser social por naturaleza” y, como también es animal, en la misma lógica puede afirmarse que es *animal político y social*. En la parte sustantiva estaría la animalidad y, en la parte distintiva del resto de los animales, la sociabilidad. También los animales viven en grupo o manada, pero estos se guían por el instinto gregario. Los hombres en cambio, apoyados en el logos - entendido como palabra y comprensión - pueden crear hábitats de convivencia que conducirán a la existencia de familias, aldeas, ciudades o Estados, como formas naturales de la sociabilidad.

Erasmo de Rotterdam - hombre culto, humanista, independiente, analítico, crítico, viajero y antidogmático donde los haya -, publica en 1511 su *Elogio de la*

*Locura*⁷ (Erasmus, 1991), intentando dar, desde la sátira y el buen humor, una visión totalmente distinta de la que se había dado sobre el hombre en su parte más oscura y temida, la de los deseos, los placeres y los instintos. Aparte del uso de la expresión *populari opinione*, citada anteriormente, y de otras referencias a las *opiniones del vulgo*⁸, su traducción de la *Biblia* al latín y la traducción de ésta a lenguas vernáculas como el inglés o el alemán (traducida por Lutero), contribuirá a la lucha contra la ignorancia y la defensa de la libertad de pensamiento⁹, sentando las bases para el desarrollo de ciertos derechos y libertades recogidas más tarde en las Declaraciones de Derechos, tema éste estrechamente relacionado con la opinión pública.

No llega al insulto, pero su forma de sacar a la luz pública ciertos comportamientos, le convertirá en juez (la diosa Estulticia) y crítico de ciertas conductas que por pudor, educación y estatus, normalmente la gente no externaliza. Esto es lo que hace Erasmo: racionalizar, publicitar y normalizar formas de comportamiento que todo el mundo hace, pero que una parte importante de ilustrado y poderosos niegan, tapan o rechazan como si las pasiones, los deseos y el placer no fueran con ellos. De aquí que sus mayores críticas vayan dirigidas hacia aquellos que por oficio y religión se manifiestan más a favor de un hombre racional y espiritual: los intelectuales y la jerarquía eclesiástica, pero que en la práctica – como describe en *Encomion moriae* – nos mete a todos en el mismo saco como hijos de la misma diosa - la diosa Estulticia - y que gracias a ella podemos poner algo de chispa y placer en nuestras vidas, porque esta diosa es “la única que tiene poder para divertir a los dioses y a los hombres” (*Ibid.*, 23). Y, para ello, hay que estar un poco loco; he ahí el origen del título: *elogio de la locura*.

Desde el principio del libro, asumiendo el personaje de la diosa Estulticia¹⁰, hablará de ese mundo oscuro que gobierna las conductas de los hombres, el mundo

⁷ *Μωπίαε Εγκόπιον*, en griego, y *Stultitiae Laus*, en latín, publicado en París en 1511. Amigo de Jhon Colet y Thomas Moro – a quien dedicará esta obra - permaneció como sacerdote dentro de la Iglesia Católica, aunque Lutero hizo todo lo posible para acercarle a su causa reformadora.

Moria, aparte de ser palabra griega con los significados de locura o estulticia, es el nombre de de una joven, alegre y dicharachera, que hacía el mismo viaje que Erasmo, desde Italia a Inglaterra, y con la cual mantuvo importantes coloquios.

⁸ En su libro *Institutio principis christiani (Educación del príncipe cristiano -1516 -)*, se hacen numerosas referencias a las *opiniones del vulgo*, especialmente en el capítulo I. Se refiere principalmente a las opiniones del vulgo, de la masa o de los necios, entendidas, más bien, en sentido negativo.

⁹ Erasmo de Rotterdam escribe *Diatribae seu collatio de libero arbitrio* (“Sobre la Diatriba del Libre Albedrío”), en 1524.

¹⁰ Con el conocimiento que tiene Erasmo de la mitología griega y romana y la ironía que le caracteriza, Estulticia cuenta que no ha salido del gran Júpiter y su rayo, sino que su padre es Pluto “el verdadero padre de los dioses y los hombres” y, su madre, no es por ejemplo, Palas, sino la ninfa Noete, “la más

irracional de los impulsos, los deseos y las pasiones, y lo hará poniéndose en la piel, no sólo del común de los mortales, sino, sobre todo, de aquellos personajes que, por devoción y obligación deben buscar más el saber y la virtud, que el placer y la alegría de vivir. A lo largo de los 68 capítulos van desfilando dioses del Olimpo, reyes, príncipes y cortesanos, filósofos, retóricos e historiadores, poetas, iluminados y escolásticos, monjes, frailes, sacerdotes, obispos, cardenales y pontífices, exégetas, escolásticos y escotistas y, muchos más; se mete con las Escrituras, los Apóstoles, San Pablo, la Iglesia y el culto a la Virgen y a los santos. La diosa Estulticia – portavoz del pensamiento de Erasmo – es la diosa que denuncia la hipocresía, el fariseísmo y la doble moral de muchos hombres, en especial, la de aquellos que están en el poder y buscan la adulación. Por el contrario, se hace ser amiga de los simples, sencillos y humildes, de aquellos que se muestran espontáneos, naturales y alegres y, sobre todo, de quienes saben gozar – aquí y ahora - de aquello que les da la naturaleza humana y la vida misma¹¹. Esta idea de Erasmo y el Renacimiento – la de la felicidad aquí y ahora - junto a la importancia que van a dar al hombre y la razón, abrirá el camino hacia la Ilustración.

3. LA ILUSTRACIÓN

En este camino hacia la Ilustración nos encontramos con dos corrientes de pensamiento - el **racionalismo** y el **empirismo** de los siglos XVII y XVIII - que, aunque mantengan posiciones contrapuestas sobre temas importantes del saber y la razón, ambas coincidirán en planteamientos comunes como el problema gnoseológico (origen y procesos del saber), la asunción de una perspectiva subjetivista en la manera de conocerla realidad, la defensa del método, sea este inductivo o deductivo, la importancia de las matemáticas y el experimento y el rechazo de todos aquellos

bella y alegre de todas”. No es fruto de un triste deber conyugal, sino de “un amor furtivo”, nació en las Islas Afortunadas y le criaron a sus pechos dos graciosísimas ninfas, Ebriedad e Ignorancia.

¹¹ “¿Qué sería, pues, esta vida...si quitaseis de ella el placer?”,...“Qué día de la vida no vendría a ser triste, aburrido, feo, insípido, molesto, si no le añadís el placer, es decir, el condimento de la Estulticia?” (*Ibid.* 33).

Por ejemplo, en el capítulo XXV, donde se cita la *populari opinione*, se mofa de los sabios como gente aburrida, metepatas y aguafiestas, debido a la inexperiencia que tienen en las cosas corrientes de la vida y a la falta de conexión con la opinión pública. Lo mejor que pueden hacer - les dice - es irse a un desierto y disfrutar a solas de su sabiduría (*Ibid.*, 52-53).

conocimientos relacionados con la superstición, el dogma, la autoridad o los prejuicios. Algo de esto ya lo habían planteado Platón (al hablar de las ideas innatas) y Aristóteles (al poner en los sentidos el origen de todo conocimiento).

Los **racionalistas (Descartes, Spinoza, Leibniz)**, siguiendo la línea planteada por Platón, dejarán clara su pasión por la razón como única vía para acercarse a la verdad, defenderán la existencia de ideas innatas, la importancia de encontrar un modelo universal y matemático de ciencia y la poca importancia que darán a aquellas ideas que vienen de los sentidos o la imaginación. Los **empiristas (Locke, Berkeley, Hume)**, en cambio, pondrán el acento en el origen del conocimiento cuando éste viene de la experiencia, la sensación, la percepción y la reflexión; rechazan las ideas innatas y, frente al método deductivo, defenderán la observación y el método inductivo.

René Descartes, si nos atenemos a la definición que da Kant de ilustración (1988, 9)- *La ilustración es la salida del hombre de su autoculpable minoría de edad* -, es uno de los mejores ejemplos de hombre ilustrado, porque, para salir de esa *autoculpable minoría de edad*, hay que *sapere audi*, atreverse a saber, o servirse del propio pensamiento. Y esto es lo que hizo Descartes a partir de aquellos días que pasaba “solo y encerrado junto a una estufa”, cuando participaba como soldado en la Guerra de los Treinta Años (Descartes, 1990, 15). Hace tabla rasa de todo el conocimiento anterior¹², se apoya en la subjetividad y la duda sistemática, asume una actitud crítica hacia todo tipo de pensamiento e intentará describir en su *Método* los pasos que deben seguirse para conducir bien la razón (tanto teórica como práctica) en la búsqueda de la verdad. El método asumirá entre sus fundamentos la racionalidad y el lenguaje matemático y rechazará, como otros muchos, los referentes de autoridad, revelación y tradición. En el *Discurso del método* se recupera la idea del *logos* griego, porque la búsqueda de la verdad se apoya en la razón, en el buen sentido y en la capacidad para juzgar. El hombre es un ser vivo que tiene *logos*, decía Aristóteles y, Descartes, dando un paso más, saltará de la razón a la existencia, diciendo: *pienso, luego existo (Ibid., 45)*.

El *buen sentido* o razón – dirá - es la cosa mejor repartida del mundo, se da por igual entre todos los hombres, la única que nos hace hombres y la que nos distingue de los animales; las diferencias, si existen entre los humanos, sólo se deben a intereses distintos y a la aplicación personal que cada uno hace de ella (*Ibid.*, 6 y 20).

¹² Descartes estudió desde 1606 a 1614 en el colegio La Flèche (Collège Royal) y finalizó sus estudios de derecho en la Universidad de Poitiers.

En esta obra no defiende que sea el único y el mejor *método para dirigir bien la razón*, sino el que él ha seguido y le ha dado resultado. Después de muchos avatares, al final de la primera parte, nos dará la clave de su hallazgo: *escuchar la voz de la razón* (*Ibid.* 14).

Las partes del método las sintetizará en cuatro reglas o preceptos, rehuendo de las largas clasificaciones que la lógica había dado en el pasado. Hablará: a) de la evidencia, con sus ideas claras, distintas y veraces; b) de la división de las dificultades y su análisis; c) de la inducción; y d) de la enumeración (*Ibid.*, 24-26). En la cuarta parte, partiendo de la duda y apoyado en estas reglas, llegará a la conclusión de que “era absolutamente necesario que yo, que lo pensaba fuera alguna cosa”, es decir, que existiera: “pienso, luego soy”, y es así como Descartes llegará al primer principio de la filosofía que buscaba¹³ (*Ibid.*, 45-46).

Tanto **David Hume** (empirista), como René Descartes (racionalista), escribirán sobre el entendimiento y la razón y, ambos, escribirán también sobre las pasiones, aunque sobre este tema el que nos parece más acertado es el punto de vista de Hume. Empirista, ilustrado y liberal, filósofo, economista e historiador, Hume escribirá sobre los temas más variados¹⁴ y en sus años jóvenes (26 años) publicará (anónima y mal escrita para algunos) una de sus obras capitales, el *Tratado de la Naturaleza humana* (1739-1740). En esta obra hablará del entendimiento (Libro I), las pasiones (libro II) y la moral (libro III). Amigo de Rousseau durante un tiempo, ayudará a Kant a despertar de su “sueño dogmático”; le rechazarán dos veces para entrar como profesor en la universidad y estará a punto de ser excomulgado por la iglesia evangélica escocesa por su exagerado escepticismo.

Hume niega la existencia de las ideas innatas y defenderá, como el resto de los empiristas, que todo conocimiento empieza por la sensación y la experiencia. Esto lo expresa perfectamente cuando dice que “no podemos hacernos una idea correcta del sabor de una piña sin haberla probado realmente” (Hume, 2008, 48). Todo lo que pasa por nuestra mente son percepciones, aunque con distinto grado de intensidad, como así lo expresa en las primeras líneas del *Tratado de la naturaleza humana*:

“Todas las percepciones de la mente humana se reducen a dos clases distintas, que denominaré IMPRESIONES e IDEAS. La diferencia entre ambas consiste en los

¹³ En la edición francesa: *je pense, donc je suis* y, en latín, *cogito, ergo sum*.

¹⁴ Filosofía, religión, ética, psicología, política, democracia, racismo, economía, historia ...

grados de fuerza y vivacidad¹⁵ con que inciden sobre la mente y se abren camino en nuestro pensamiento o conciencia. A las percepciones que entran con mayor fuerza y violencia las podemos denominar *impresiones*... Por *ideas* entiendo las imágenes débiles de las impresiones, cuando pensamos y razonamos” (*Ibid.*, 43). Las ideas pueden traer nuevas ideas, pero como “las ideas primarias derivan de impresiones, sigue siendo verdad que todas nuestras ideas simples proceden mediata o inmediatamente de sus correspondientes impresiones” (*Ibid.*, 50). En las impresiones se incluyen las sensaciones, las pasiones y las emociones y, como todas las ideas derivan de la sensación y la reflexión, se descartan las ideas innatas (*Ibid.*, 51).

Cuando una impresión reaparece como una idea, y ésta conserva su vivacidad primera como algo intermedio entre una impresión y una idea, a esta facultad se la llama *memoria*, pero si pierde por completo su vivacidad y es sólo una idea, tenue y lánguida, a esta facultad se llama *imaginación* (*Ibid.*, 52).

Como consecuencia de su teoría del conocimiento, Hume va más que allá que Aristóteles en sus conclusiones cuando ambos afirman que todo conocimiento empieza por los sentidos. Así como para el estagirita los animales tienen alma y entre sus facultades están las relacionadas con la sensación, la memoria y la imaginación - pero nada de razón -, para Hume, además de citar expresamente las tres primeras, también reconoce con suma evidencia la facultad relacionada con el pensamiento y la razón: “... ninguna verdad me parece tan evidente como la de que las bestias poseen pensamiento y razón, al igual que los hombres” (*Ibid.*, 261). Esta semejanza (perfecta) entre el hombre y el animal se apoya en sus acciones, sean estas internas o externas o, se las entienda como acciones de la vida corriente o extraordinarias. Para el primer caso pone como ejemplo el comportamiento del perro y, para la segunda, el proceso de anidación de un pájaro. La clave de esta semejanza la encontrará en la relación instinto-razón, concepto que desarrollarán más adelante las teorías instintivistas y los psicólogos de las multitudes, cuando hablen de la superioridad que posee el instinto en el hombre sobre la razón, y del servicio que presta ésta al primero:

¹⁵Aunque en el Apéndice, dice: “donde digo que dos ideas de un mismo objeto pueden diferir únicamente por su grados de fuerza y vivacidad. Creo que existen otras diferencias entre las ideas que no pueden ser subsumidas adecuadamente bajo estos términos. Si hubiera dicho que dos ideas de un mismo objeto puede diferir solamente por su distinto *modo de afcción* habría estado más cerca de la verdad (*Ibid.*, 832).

“Nada muestra más la fuerza del hábito para reconciliarnos con un fenómeno cualquiera, que el hecho de que los hombres no se asombren de las operaciones de su propia razón y, en cambio, admiren el *instinto* de los animales y encuentren fácil explicarlo, simplemente porque no puede ser reducido a los mismos principios que guían la razón. Pero, considerando el asunto como es debido, **la razón no es sino un maravilloso e inteligible instinto de nuestras almas** que nos lleva a lo largo de un cierto curso de ideas y les confiere cualidades particulares, según sus particulares situaciones y reacciones” (*Ibid.*, 264-265) (la negrilla es nuestra).

O, como más adelante dice, en el Libro II, dedicado a las pasiones:

“La razón es, y sólo debe ser, esclava de las pasiones, y no puede pretender otro oficio que el de servir las y obedecerlas” (*Ibid.*, 561) (la negrilla es nuestra).

En este caso Hume se adelantó en un siglo a los postulados de las corrientes psicologistas e irracionistas, al situar en los instintos la explicación más importante del comportamiento humano. Los psicólogos de las multitudes, apoyándose en estos principios, harán una de las críticas más importantes del concepto liberal de opinión pública cuando afirman que la opinión pública no es tanto la expresión de la racionalidad del hombre, sino de la fuerza de algún instinto, vivido y expresado colectivamente.

Después de este pequeño recorrido por los racionalistas y empiristas nos hacemos la pregunta que se hizo el periódico *Berlinische Monatschrift* en 1784, *¿Qué es la Ilustración?* y, a cuya pregunta, **Immanuel Kant** respondió con un escrito, donde la parte fundamental quedará resumida en la frase: *La ilustración es la salida del hombre de su autoculpable minoría de edad* (Kant y otros, 1988, 9).

La Ilustración guarda relación con la búsqueda de la verdad, la autonomía de la razón frente a prejuicios, dogmas e imposiciones y la crítica (y autocrítica) permanente de cualquier forma de pensamiento. Se fundamenta en el hombre y la razón, desde la razón más subjetiva e interpersonal, hasta los límites que acompañan a su racionalidad: lo irracional, lo irrazonable y lo real. La Ilustración, como movimiento ligado a la modernidad, buscará despertar al hombre de su ignorancia y falta de criterio propio y, para ello, pondrá a trabajar a la razón.

El hombre tiene en sus manos las armas para salir de su precariedad – de su minoría de edad – y de él depende salir de ese estado de tutela y alienación. Kant ve

esto posible si se cumplen dos condiciones, primera, cuando el hombre lo intenta y usa de su inteligencia – *sapere audi* – y, segunda, cuando se le da la libertad correspondiente, “la libertad de hacer siempre y en todo lugar *uso público* de la propia razón”¹⁶ (*Ibid.*, 11-12). Dado que son muchos los inconvenientes que rodean al hombre para ser capaz o estar en situación de servirse bien y con seguridad de su propio entendimiento sin la guía de otro, Kant responde que en su tiempo no se está en una época ilustrada, pero sí de Ilustración (*Ibid.*, 15). En otro lugar, relaciona la ilustración con la superación de los prejuicios y la liberación de la superstición (*Ibid.*, 19).

Al periódico mencionado más arriba responden otros como, por ejemplo, **Moses Mendelssohn**, matizando las relaciones y diferencias que se dan entre ilustración, cultura y educación. La educación, dice, incluye tanto a la cultura como a la ilustración. La cultura parece estar más orientada a lo práctico en la artesanía, las artes y las costumbres sociales y, la ilustración, a lo teórico, al conocimiento racional y a la habilidad para reflexionar razonablemente sobre las cuestiones de la vida humana (Kant y otros, 1988, 3-4). Toda nación necesita de ilustración y de cultura, pero si se usan mal, éstas pueden llevar al egoísmo, la amoralidad, la irreligión y la anarquía, todo ello sumado a la petulancia, la hipocresía, la debilidad, la superstición y la esclavitud (*Ibid.*, 7).

Michel Foucault, en un texto¹⁷ escrito en 1983 sobre “¿Qué es la Ilustración?” (Foucault, 1993), retoma el documento de Kant y hace algunas observaciones importantes sobre ilustración y modernidad. Por ejemplo, al hablar de la ilustración, dice que Kant la contempla desde el presente, pero no desde la perspectiva del presente tal como la interpretaron filósofos anteriores, esto es, como una era del mundo a la que se pertenece, como un acontecimiento del cual ya se perciben los signos o como la aurora de una realización. “Kant define la *Aufklärung* de un modo casi totalmente negativo; la define como una *Ausgang*, una *salida*, una *vía de escape*” (*Ibid.*, 17), de ese estado de tutela que ejercen algunas autoridades sobre el mundo del saber. También

¹⁶ Kant llama *uso público* de la razón al uso que hace una persona como docta ante el gran público o mundo de los lectores y, *uso privado* de la razón a aquel que hacen ciertas personas en función del cargo que ejercen. Sólo el uso público de la razón puede traer ilustración entre los hombres.

¹⁷ El texto fue escrito en 1984 y fue publicado en 1983 en la revista *Magazine Littéraire* en su número 309. Una traducción al inglés, posiblemente revisada por el autor del texto, se publicó en 1984 en el libro *Foucault Reader*, editado por Paul Rabinow (Pantheon Books, New York). La traducción al castellano está hecha del original francés, teniendo en cuenta la referida traducción al inglés. Ver en: http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mari/Archivos/HTML/Foucault_ilustracion.htm, nota 1.

la entiende como un hecho o un proceso en desarrollo y, por supuesto, como una tarea y una obligación que exige coraje y audacia hasta conseguir la autonomía personal.

Para salir de ese estado de tutela, deben cumplirse dos condiciones de consecuencias éticas y políticas. La primera de ellas – dice Foucault - que sea claramente distinguido el campo de la obediencia y el campo de la razón. Frente al estado de tutela que defienden los distintos tipos de autoridad¹⁸ - “obedezcan, no razonen” -, el estado de madurez alcanzado por la humanidad gracias a la ilustración, debe decir: “obedezcan, y podrán razonar tanto como quieran”. Esta segunda postura no hace sino recoger la idea de libertad de conciencia (“el derecho de pensar como se quiera, siempre y cuando se obedezca como se debe”) que ya venía desarrollándose desde el siglo XVI. Pero aquí - dice Foucault -, Kant introduce una nueva distinción que, lógicamente, puede llevarnos a una nueva confusión, la distinción entre el uso privado de la razón y el uso público de la misma. Al decir que la razón en su uso público debe ser libre y en su uso privado debe estar sometida¹⁹, en esta segunda acepción, claramente va contra la libertad de conciencia. La solución al conflicto entre razón pública y obediencia debida a la autoridad Kant la encuentra “proponiendo a Federico II, en términos levemente velados, una especie de contrato. A este último pudiera llamársele el contrato entre el despotismo racional y la razón libre: el uso público y libre de la razón autónoma será la mejor garantía de la obediencia, siempre y cuando el principio político al que sea menester obedecer esté en conformidad con la razón universal” (*Ibid.*, 4).

De la segunda parte del texto, referida a la modernidad, Foucault reconoce que, cuando hablamos de ella, nos referimos normalmente a una época, con su antes y después, pero si nos situamos en la perspectiva que da Kant a la ilustración, lo correcto sería interpretarla más como una actitud, que como un período de la historia. Siguiendo a Baudelaire, éste define la modernidad desde lo transitorio, lo fugitivo y lo contingente o, lo que es lo mismo, desde la ruptura con la tradición, como sentimiento de novedad y como vértigo de lo que ocurre - como una actitud para hacer “heroico el presente”²⁰ (*Ibid.*, 6). Esta relación de la modernidad con el presente, también debe extenderse hacia uno mismo, como fruto de una elaboración ardua y compleja. Es lo que, en el lenguaje de la época, llamaban “dandismo”.

¹⁸ Kant cita la disciplina militar, el poder político y la autoridad religiosa.

¹⁹ Por uso privado de la razón, entiende Kant, el uso de la razón en función del cargo, deber o profesión que uno cumple.

²⁰ Para Baudelaire el hombre moderno es aquel que intenta inventarse a sí mismo.

Además de considerar la modernidad como una forma de humanismo, Foucault concluye que la Ilustración “es un evento o un conjunto de eventos y de procesos históricos complejos, que se ubican en un cierto momento del desarrollo de las sociedades europeas. Este conjunto contiene elementos de transformaciones sociales, tipos de instituciones políticas, formas del saber, proyectos de racionalización de los conocimientos y de las prácticas, mutaciones tecnológicas que resulta difícil resumir en una palabra, aun cuando muchos de estos fenómenos son todavía importantes en la hora actual” (*Ibid.*, 7).

La Ilustración tiene matices (y consecuencias) distintas según se hable de Inglaterra, Francia, o Alemania, o de cualquier otro país, sea éste europeo o norteamericano. Como siglo de la razón o de las luces irá siempre asociada al siglo XVIII, pero sus efectos se extenderán en el espacio y en el tiempo al resto de países como sinónimo de cultura, educación, ciencia, reformas y progreso. Ilustrada es aquella persona que cultiva el saber y busca en la razón las claves de su autonomía personal y la solución de los numerosos problemas que le salen al encuentro.

Se puede citar a **Inglaterra** como el país donde se dan los primeros síntomas del movimiento ilustrado pues, no en vano, en este país, se adelanta un siglo (XVII) la revolución, se ponen límites al poder monárquico, se instaura el parlamentarismo, es el país del empirismo y se encuentran hombres de ciencia y pensamiento como **Locke, Bacon, Bayle, Hobbes, Newton, Hume y Adam Smith**.

En **Francia**, también tienen a Descartes y el racionalismo, pero la Ilustración irá especialmente asociada a la enciclopedia y a las ideas de revolución. Ilustrados como **Voltaire, Diderot, D'Alambert**, el fisiócrata **Quesnay, Montesquieu o Rousseau** encumbrarán la razón a lo más alto en su lucha contra el clericalismo, el conservadurismo, el feudalismo, la incultura, la intolerancia, el fanatismo, la superstición y la tiranía. Por el contrario, se mostrarán favorables a la naturaleza y al hombre, demandarán un nuevo tipo de sociedad, apoyarán la cultura, la ciencia y el progreso y defenderán como nadie los derechos, las libertades, la propiedad, la fraternidad y la igualdad. Lo harán con grandes dosis de optimismo, pensando que la felicidad es una aspiración que puede llegar a todos y la clave la encontrarán en la razón; hasta la existencia de Dios tendrá su límite en la razón²¹.

²¹ Voltaire y su deísmo, como ejemplo.

En **Alemania** la Ilustración irá asociada a la actividad académica y a la figura de **Kant**, aunque también se pueden incluir en esta corriente personajes como **Leibniz**, **Wolff**, **Lambert**, **Tetens**, **Lessing**, **Mendelssohn** y **Goethe**. Sobresalen en su momento por la importancia que dan a la razón y a la libertad de pensamiento (influencia protestante) y, después, por las influencias y derivaciones en el idealismo y el romanticismo.

Como complemento al discurso ilustrado y porque los mismos protagonistas del siglo de las luces así lo reconocen expresamente, debemos destacar el papel de algunos monarcas ilustrados por el apoyo que dieron en su momento al desarrollo de esta corriente de pensamiento, como, por ejemplo, **Federico II de Prusia**, **Catalina II de Rusia**, **José II de Austria** y **Carlos III de España**.

4. EL LIBERALISMO

Aunque liberalismo e Ilustración tienen muchos puntos en común y son muchos los autores que pueden recibir el nombre de ilustrado y liberal a la vez, no siempre se da esta coincidencia, porque analíticamente, por un lado, va la razón y el saber y, por otro, la ideología y el interés.

En este apartado nos vamos a centrar en una serie de puntos que van a ayudar a la elaboración de la primera de las teorías sobre la opinión pública, atribuida al liberalismo. Destacaremos a) los primeros momentos en que se usa por primera vez la expresión *opinión pública* y se explica su concepto, especialmente las aportaciones de Rousseau y la escuela fisiocrática; b) la recuperación que hace la Ilustración del concepto de opinión, superando la imagen negativa que arrastraba esta palabra (*doxa*) desde Platón y Aristóteles; c) la transformación del público lector en público político y la importancia que asumen ciertos lugares como *espacios donde se practica la opinión pública*; d) la importancia que asumen los derechos y las libertades del hombre, recogidos en las *declaraciones de derechos y constituciones*, como temas básicos de la opinión pública; y, e) finalmente, como hemos descrito en otro lugar (Monzón, 2006, 97-99), la explicación, articulación y funciones que el liberalismo atribuye a la opinión pública en la nueva sociedad democrática.

La opinión pública surge cuando se está diseñando un nuevo sistema social y político - la democracia - bajo el supuesto de que este sistema va a superar a todos los

sistemas anteriores, pero, especialmente al *antiguo régimen*, haciendo posible que el poder, los derechos y las libertades no pertenezcan o se concentren en uno o unos pocos, sino que lleguen y se extiendan al máximo de ciudadanos. A partir de este momento la opinión pública se convertirá en referente básico de la democracia, un tribunal que controla y vigila al gobierno y a la sociedad o, como dirán otros - Pascal y Napoleón, por ejemplo - la *opinión pública es la reina del mundo*. A la democracia durante el siglo XIX también se la llamará *régimen de opinión*, - dada la cercanía entre opinión pública y libertades de opinión y expresión -, pero tanto políticos como legisladores harán todo lo posible para que no se incluya nunca esta expresión en los textos legales, por la polisemia, la ambigüedad y el temor que despierta y arrastra este concepto.

A) En el siglo XVII, Joseph Glanwill en su obra *The Vanity of Dogmatizing* (1661) hablará del *clima de opinión*, John Lock, un poco más tarde, en el capítulo 28 del libro II del *Ensayo sobre el entendimiento humano* (1689), hará referencia a la *ley de la opinión y la reputación* y, J. J. Rousseau, en el *Discurso sobre las ciencias y la artes* (1750), utilizará por primera la expresión *opinión pública*. Los tres autores se referirán a contenidos similares, esto es, a ciertas formas colectivas de pensar sobre temas importantes para la comunidad, más o menos consensuadas en el tiempo y con un poder de imposición, nada despreciable, sobre los individuos que integran esa sociedad. Es un concepto cultural y psicológico que aporta identidad al grupo, busca reforzar el consenso y controlar, en lo posible, la disidencia.

Glanwill subraya en su expresión la emergencia de valores, pautas de comportamiento y costumbres dentro de una comunidad al amparo de lo que hoy llamamos redes sociales. **Locke**, como complemento de la ley divina y la ley civil, la *ley de la opinión y la reputación* - teniendo en cuenta las características de cada país o sociedad - sería la encargada de definir la parte de reputación o de descrédito que conllevan las acciones de sus ciudadanos. Cuando la reputación de un individuo es aceptable ante la sociedad, el resto de los ciudadanos le juzgará como un hombre virtuoso, pero, si es mala, será una persona arrastrada por el vicio y *señalada* por los miembros de su comunidad (Locke, 2009).

Rousseau utilizará la expresión *opinión pública* con un significado parecido al que dio Locke a su *ley de la opinión*. Irá asociada a la idea de imagen pública y reputación, estará detrás del pacto social que consigan los ciudadanos cuando estos transfieran su voluntad personal a la voluntad general, cumplirá la función de censura social cuando alguno de sus ciudadanos disienta o se aparte del sentir mayoritario y,

como expresión de la razón pública ejercida por sabios e ilustrados, la opinión pública será la encargada de poner por escrito, a la luz del día y con publicidad los intereses de la voluntad general²² (Rousseau, 1980, 35-36, 108-110, 129-131 y 163). Por ello, durante el siglo XIX juristas y políticos asumirán que la constitución se erige en uno de los espacios públicos más importantes por donde fluye la opinión pública, se recogen las ideas básicas del espíritu nacional y donde mejor queda reflejada la opinión mayoritaria de la sociedad.

En la segunda mitad del siglo XVIII la escuela fisiocrática elaborará la primera doctrina (Heller, 1974, 190) sobre la opinión pública al defender que, incluso, en un gobierno monárquico quien manda no es el rey, sino el pueblo a través de la opinión pública. Entienden ésta como el punto de vista de la gente ilustrada sobre el orden natural, las leyes que le gobiernan y la notificación que deben hacer de las mismas a la autoridad correspondiente. La opinión pública es un problema de sabios, de ilustrados, del conocimiento de unas leyes que ya existen y que afectan a la sociedad y de la obligación que tienen de sacarlas a la luz pública. Por ello hay una relación estrecha entre orden natural, leyes, razón ilustrada y opinión pública. Los sabios, por un lado, como si fueran escribanos, son los encargados de tomar nota de las leyes que ya existen en el orden natural²³ y, por otro, al hacerlas públicas ante el rey, éste no tendrá más remedio que velar por su cumplimiento. Al final, como diría Mercier de la Riviere, en realidad quien manda no es el rey, sino la opinión pública, conocida y expresada por los sabios como reflejo de unas leyes que rigen el orden natural (y social).

B) La Ilustración, ampliando la confianza que el Renacimiento había puesto en la razón, recuperará y magnificará la imagen negativa que arrastraba la palabra *opinión* desde que Platón y Aristóteles hablaran de la *doxa*. Recordamos que esta palabra la contraponían a la idea de verdad y al buen uso que el hombre debe hacer de su razón; el *logos* – la razón – se practicaba plenamente en el campo de la ciencia y la filosofía pero, en el resto de comportamientos, quedaba reducida al mínimo, porque su lugar era ocupado por los deseos, las pasiones y los instintos. La *doxa*, era un semisaber o, en el mejor de los casos, un conocimiento aproximado y probable. Los ilustrados, en cambio, darán todo su valor a la opinión, porque en ella encontrarán el mejor uso y expresión de

²² Estas ideas vienen recogidas principalmente en *Del contrato social* (Libro II, cap.III, “De si la voluntad general puede errar”; Libro IV, cap. II: “De los sufragios y opiniones” y cap. VII: “De la censura”); el *Discurso sobre las ciencias y las artes* y el *Discurso sobre el origen y los fundamentos de la desigualdad entre los hombres*.

²³ Y, por supuesto, del orden social, como la parte más importante del orden natural.

la razón. Nadie tiene a su alcance la verdad o la razón absoluta, porque ésta es relativa y limitada, pero en nuestras expresiones, todos y cada uno podemos aportar algo de verdad. De ahí la importancia de otro de los principios importantes del liberalismo, la necesidad de intercambiar nuestros puntos de vista, porque del diálogo – apoyado en las opiniones que se hacen públicas - saldrá la mejor solución para los problemas que afectan a la sociedad.

A este diálogo público, dadas las condiciones que imponen la cultura, la propiedad y el interés, no serán muchos los que puedan acceder a él. En esta época de ilustración, liberalismo y comienzos de la democracia, la práctica de la razón, pero, sobre todo, de la razón pública y la opinión pública estará en manos de unos pocos: de los sabios, ilustrados, burguesía y de todos aquellos que con su riqueza e impuestos sostienen al Estado. Son, los que, en esta disciplina, llamamos los primeros públicos de la opinión pública, los que, de hecho, accedían al censo electoral y ocupaban el espacio de ciudadanía y democracia activa a principios del siglo XIX.

C) La imprenta trajo el público lector y, el despertar a la conciencia política, el público político. Todo esto se fragua, principalmente, en la segunda mitad del siglo XVIII, entre otras razones, porque el periodismo regular y diario están revolucionando el mundo de la comunicación, porque la educación y la ciencia ocupan un lugar importante en la cultura de los ilustrados, porque van aumentando las demandas sociales, políticas y económicas de cambio, y porque la opinión pública no solo fluye por los salones y cafés, sino porque sale a los espacios abiertos - la calle -, como acontece en los años que rodean la(s) revolución(es).

El siglo XVII, pero, sobre todo en el XVIII, es donde se consolida – como dice Habermas (1981, caps. II y III) – la esfera pública burguesa como espacio de la sociedad, donde los ciudadanos practican el debate racional, crítico y abierto, aparecen nuevos espacios de sociabilidad y los efectos de la imprenta se hacen notar en las revistas, prensa diaria, novelas y otras actividades relacionadas con la comunicación y el espectáculo. Frente a la sociedad está el estado como dominio del poder político y como lugar donde el rey ejerce simbólicamente su “publicidad representativa”. La opinión pública no se mueve propiamente en la esfera del poder, sino en la esfera de la sociedad y, más en concreto, en aquellos ciudadanos que, actuando como personas privadas, pueden levantar su voz sobre lo público y controlar la gestión que hacen de ello los gobernantes desde la esfera pública del estado.

Hablando de estos públicos, van Horn (2009) revisa y amplía el concepto que Habermas había dado a la esfera pública burguesa, destacando su importancia y los espacios por donde ella actuaba. Además de la familia, la prensa, los cafés y los salones, extiende su análisis a otros muchos públicos formadores de opinión, como las disputas religiosas en torno al jansenismo, la lucha por eliminar los arcaica y secretos relacionados con el interés público, el auge que va tomando el público lector, el apoyo que prestan las bibliotecas al público interesado en la lectura, la importancia de nuevos escritores y escritoras, o el protagonismo que asumen, cada uno en su ámbito, la escena y su público, el papel de las mujeres en la cultura de salón, las tabernas, el cabaret y la francmasonería. Son los primeros y segundos públicos de la opinión pública.

D) Destacamos en este contexto de ilustración, liberalismo, revoluciones y cambios la importancia que asumen los derechos y libertades del hombre - recogidos en las numerosas *declaraciones de derechos y constituciones* -, porque estos derechos y libertades desde su origen constituirán los temas básicos que lleven a ciertos públicos a levantar su voz ante la sociedad en general, el gobierno de turno o el poder fáctico correspondiente. Ante la carencia histórica de derechos y libertades para la inmensa mayoría de hombres, la democracia se ofrecerá desde principios del siglo XIX como el lugar natural para acceder a ellos y a ellas y, aunque los primeros documentos de interés ya se hagan notar allá por siglo XII, será el periodo que estamos analizando el que más destaque a través de las declaraciones inglesas²⁴, la declaración francesa²⁵ y las declaraciones norteamericanas²⁶. Estas declaraciones influirán en las primeras constituciones (la ya mencionada Norteamericana, de 1787, la Francesa, de 1791 y, poco a poco, en las del resto de países, como la española de 1812), recogiendo en su articulado numerosos derechos y libertades (y obligaciones) de los ciudadanos, pero especialmente aquellos que se relacionan con la opinión pública como la libertad religiosa, la libertad de conciencia, la libertad de opinión, la libertad de expresión y la libertad de imprenta, pero sin citar nunca a la opinión pública.

También se debe mencionar el esfuerzo que hicieron los teóricos liberales de la sociedad democrática, tanto en su vertiente política como económica, para describir los valores y principios que conforman la ideología liberal. Citamos, entre otros, las

²⁴ La *Petititon of Rights*, de 1628, el *Habeas Corpus Act*, de 1679 y la *Declaration of Rights*, de 1689.

²⁵ La *Declaración de derechos del hombre y del Ciudadano*, redacciones de 1789, 1791 y 1793.

²⁶ La *Declaración de derechos del buen Estado de Virginia*, de 1776, La *Constitución americana*, escrita en Filadelfia en 1787 y la *Carta de derechos*, de 1791, donde se recogen las 10 primeras *Enmiendas a la Constitución*. Estas *Enmiendas* forman parte de la Constitución Norteamericana y, hasta el momento actual, se incluyen 27 *Enmiendas*.

aportaciones que hicieron **Adam Smith, David Hume, David Ricardo, John Locke, J. J. Rousseau, Montesquieu, Jeremy Bentham, James Mill, John Stuart Mill y Alexis de Tocqueville** sobre la propiedad privada, la libertad de empresa y comercio, el concepto de soberanía popular, el origen humano del poder civil, la división de poderes, el concepto de igualdad, las libertades individuales, las libertades públicas, el derecho al sufragio, el pluralismo asociativo y político, la importancia de la educación y... el derecho a la felicidad.

E) Finalmente, como consecuencia del diseño que han hecho de la nueva sociedad – la sociedad democrática – los liberales reservarán un lugar especial a la opinión pública, describiendo el proceso de su formación y las funciones que debe cumplir en esta sociedad. Para los liberales todo arranca de la sociedad civil: los individuos, como personas particulares pero empujadas por el interés²⁷ común, se van forjando opiniones sobre lo público y buscan que, cuanto antes, puedan ser conocidas por del resto de la sociedad y, sobre todo, por el poder. Frente a la sociedad civil, que es donde ubicamos la opinión pública, está la sociedad política, el estado y el gobierno, como espacios donde se administra la cosa pública. Esta relación dialéctica entre sociedad y estado incluye procesos de razonamiento, de expresión y de comunicación política. Los ciudadanos se agrupan en públicos, aportando opiniones, ideas, soluciones, diálogo, debate, confrontación y controversia. Lo normal es que sean muchos los públicos y muchas las opiniones, y también es normal - según los liberales - que se tienda a y, alguna vez, se consiga el consenso. El estado y el gobierno tienen la obligación de escuchar estas opiniones, porque la sociedad espera respuestas y soluciones.

Los liberales, siguiendo los dictados de la ilustración, reclamarán el cumplimiento de ciertas condiciones para que los públicos puedan practicar la opinión pública: tener cultura, tener acceso a la información y participar en la vida política, por ejemplo, usando del sufragio, porque en caso contrario, la opinión pública será cosa de unos pocos y, lógicamente, afectará negativamente al funcionamiento de la democracia. Supuesto todo lo anterior, a ese fenómeno abierto, universal, racional y público le llamarán opinión pública y, aunque no participen todos en él, estará representada la mayor parte de la sociedad y se verá en ella el poder y la soberanía de los ciudadanos. Por ello, oponerse a la opinión pública, especialmente por los gobernantes, será

²⁷ Ya lo decía Justiniano: *Quod omnes tangit, ab omnibus approbari debet.*

interpretado como contrario a la voluntad general y al poder soberano del pueblo. Al final, la opinión pública será considerada como un tribunal especial que merece tanto el respeto de la misma sociedad, como de los legisladores y del poder político.

5. CONCLUSIONES

A lo largo de estas líneas – aunque sólo sea como síntesis a modo de conclusión- hemos intentado resaltar el esfuerzo que han llevado a cabo ciertas personas relacionadas con la filosofía y el pensamiento social para describir el interés humano por acercarse a la verdad, la importancia que han dado en este proceso a la razón y a la opinión y, aunque muchos lo hayan olvidado, marginado o condenado, todos han reconocido la importancia de esa parte “animal” que lleva el hombre dentro, expresada en forma de impulsos, pasiones, deseos e instintos. Ambas constituyen la dimensión racional e irracional del hombre. Normalmente, cuando se planteaba el problema, la mayoría miraba hacia otro lado, pero algunos, los menos, se atrevían a hablar de ello – e, incluso, bien - y ahí están los ejemplos de Aristóteles, de Erasmo y de Hume. Habrá que esperar a que pase el siglo ilustrado del XVIII para que la razón y la psicología se adentren en ese mundo oscuro y temido del hombre y escuchemos, por ejemplo, que la razón no es lo primero y más importante en el individuo y que su función principal es la de proteger y complacer a los instintos.

En el tema de la opinión pública ambas dimensiones estarán presentes, pero, en sus comienzos, irá asociada más al saber y a la razón, que a los instintos. Serán los ilustrados y liberales del XVIII y XIX los primeros que hablen y teoricen sobre este concepto, los que relacionen directamente la opinión con el saber y la razón, los que asuman políticamente la idea de que el pueblo es el soberano, los que amplíen y describan los numerosos derechos y libertades del hombre como fundamento del pacto social, los que subrayen la importancia de la libertad de conciencia, del derecho de opinión y de expresión y los que reconozcan el valor de la opinión – como razón pública y opinión pública - en la construcción de la nueva sociedad democrática. A lo largo de este siglo y medio de ilustración y liberalismo (1700-1850), la razón - muchas veces ideologizada por la clase o las clases sociales – será la que marque el camino en lo personal, en lo social, en lo político, en lo económico y en lo cultural.

Más adelante, la razón tendrá sus momentos bajos, pero no tanto, por la importancia de la razón en sí, que la tendrá, sino porque la mirada de la ciencia, la política y el mercado (re)descubrirán nuevas dimensiones – como la irracional, la romántica o la comunicativa – que buscan su hueco y su efecto en la sociedad tensa y revolucionada de finales del siglo XIX y principios del XX.

En el campo que nos toca desarrollar aquí se buscará y se volverá al equilibrio deseado y racionalizado de sentimientos y razón, como en parte, y salvando el tiempo, ya lo habían intentado otros – Aristóteles, por ejemplo - cuando definía al hombre como “animal racional” y “animal político”.

BIBLIOGRAFÍA (Orden cronológico)

ARISTÓTELES, *Acerca del alma (335-322aC)*, Madrid, Gredos, 1999.

- *Política* (330aC), Madrid, Tecnos, 2004.

- *Retórica* (335-322aC), Madrid, Gredos, D.L. 1990.

ERASMO DE ROTTERDAM, *Elogio de la locura (1509)*, Barcelona, Bosch, D.L. 1991.

- *Encomion moriae sive stultitiae laus*, Basileae, Typis G. Haas, ex Officina J. J. Thurneisen. MDCCLXXX, 1780, Digitized by Google.

- *Educación del príncipe cristiano*, Madrid, Tecnos, 2007. *Institutio principis christiani*, D.G. www.intratext.com/IXT/LAT0924.

DESCARTES, R., *Discurso del método (1637)*, Madrid, Tecnos, 1990.

HOBBS, T., *Del Ciudadano y Leviatán (1651)*, Madrid, Tecnos, 2007.

LOCKE, J., *Compendio del Ensayo sobre el entendimiento humano (1689)*, Madrid, Tecnos, 2009.

- *La conducta del entendimiento (1690) y otros ensayos*, Barcelona, Anthropos, 1992.

HUME, D., *Tratado de la naturaleza humana (1739-1740)*, Madrid, Tecnos, 2008.

MONTESQUIEU, *Del espíritu de las leyes (1748)*, Madrid, Tecnos, 2007.

ROUSSEAU, J. J., *Del contrato social. Discursos*, Madrid, Alianza Editorial, 1980: *Discurso sobre las ciencias y las artes (1750)*; *Discurso sobre el origen y fundamentos de la desigualdad entre los hombres (1755)*, *Del contrato social (1762)*.

SMITH, A., *La teoría de los sentimientos morales (1759)*, Madrid, Alianza Editorial, 2004.

- *La riqueza de las naciones (1776)*, Madrid, Alianza Editorial, 2002.

KANT, I., *El conflicto de las facultades (1798)*, Madrid, Alianza, 2003.

KANT, I. y otros, *¿Qué es la Ilustración?*, Madrid, Tecnos, 1988.

TOCQUEVILLE, A. de, *La democracia en América (1835 y 1840)*, Madrid, Alianza, 2005.

MILL, J. S., *Sobre la libertad (1859)*, Madrid, Alianza, 1992.

- *El utilitarismo (1863)*, Madrid, Alianza, 2002.

BAUER, W., *La opinión pública y sus bases históricas (1913)*, Santander, Universidad de Cantabria, 2009.

TÖNNIES, F., *Kritik der Öffentlichen Meinung (1922)*, Berlín, Julius Springer, 1981.

HELLER, H., *Teoría del Estado (1934)*, FCE, México, 1974.

HABERMAS, J., *Historia y crítica de la opinión pública (1962)*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

FOUCAULT, M., “¿Qué es la ilustración?”, 1993, ver en http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mari/Archivos/HTML/Foucault_ilustracion.htm

MONZÓN, C., *Opinión pública, comunicación y política*, Madrid, Tecnos, 2006.

HORN MELTON, J. van, *La aparición del público lector durante la ilustración europea*, Valencia, Universitat de Valencia, 2009.

LOS AFECTOS Y LOS SÍMBOLOS EN LA OPINIÓN PÚBLICA

Raúl Gabás Pallás

1. LOS AFECTOS

1. 1. El placer de opinar y los sentimientos sociales

Recibir y difundir noticias es atractivo. Hay quien se vuelve loco por saber y difundir. Está extendida la figura del «corre ve y dile»¹. La tendencia a enterarse está relacionada con el hombre abierto al saber en general y con el hombre viajero. Esto genera tanto la seriedad científica como la práctica del cotilleo y del repaso en sociedad. Si aquello de lo que se cotillea es el sexo del vecino, el erotismo es doble. En nuestra época el afán de saber y difundir con rapidez ha engendrado el amplio espectro del periodismo. Schelling decía que todo poeta tiene que hacerse su propia mitología. El periodismo moderno lo ha entendido perfectamente. Tiene un gran elenco de dioses, que incluye a los ricos, a las estrellas del cine y a los deportistas. Todos ellos se van combinando en diversos tipos de amoríos que mantienen despierta la llama de las revistas del corazón. El acto de opinar en sí mismo no es meramente intelectual, sino que en muy alta medida es el desarrollo de una dinámica afectiva.

Nuestros estados básicos son la *satisfacción* y la *insatisfacción*. El niño llora porque tiene hambre, o siente malestar, o quiere llamar la atención de su madre. Más tarde pone cara de agrado o desagrado porque el colegio le gusta o no le gusta, porque ha conseguido o no el juguete, porque tiene o no tiene amigos, porque está bien en el grupo o lo humillan en él.

¹ W. BAUER, en *La opinión pública y sus bases históricas*, Ediciones de la Universidad de Cantabria, Santander 2009, p. 31, resalta ya en la Iliada la figura de Iris, que se precipita a través de la ciudad para anunciar el final funesto de los arrogantes.

El niño crece en la familia, y la familia es el primer Estado y el primer lugar de la opinión pública. En ella hay libertad y control de lo que se dice, diálogo y silencio, discusión y palabra autoritaria, rigidez en las propias posiciones y capacidad de comprender al otro. Fundamentalmente la familia es un reino de desarrollo y estabilización de los afectos. Y de cara al exterior delimita una frontera de otras familias amigas o enemigas.

En la sociedad adulta los estados de ánimo oscilan entre la *depresión* y la *euforia*. Deseamos la euforia y la añoramos cuando no la tenemos. Esta se centra: en la riqueza, en el amor, en la amistad, en la afición al esquí y a otros deportes, en la religión, en el partido. En la mayoría de los casos está de por medio la identificación simbólica. Despierta el entusiasmo aquel club en el que me siento identificado. El catalanista tiende al Barça y el españolista al Real Madrid.

A nivel colectivo un factor general de euforia colectiva o generalizada es la economía. La abundancia económica induce a la acción, y la acción produce bienestar. Otros motivos de entusiasmo colectivo son las victorias deportivas, por ejemplo, el campeonato mundial de fútbol. Las fiestas por su propia naturaleza tienden a promover el clima exultante. En nuestra sociedad son claves navidad, pascua, puentes (por ejemplo, el de la Constitución) y las vacaciones de verano. Se añaden a lo dicho las celebraciones de los grupos e instituciones con relieve colectivo.

Mientras duran los estados de ánimo pletóricos el político queda exonerado de la necesidad de tomar iniciativas para atraer la atención del público. *Gobernar* es el arte de *templar el estado de ánimo* de una comunidad. En conjunto la esfera pública está ahora sobrecargada, particularmente en los gobiernos de izquierdas, que usan como motor las promesas de cambio.

Una sociedad está equilibrada cuando tiene una economía sólida, goza de una conciencia clara de identidad, y en principio ha resuelto satisfactoriamente el problema de la relación entre lo que tiene vigencia pública y las opiniones particulares. Desde este punto de vista el equilibrio de España en este momento es muy frágil, pues fallan los tres pilares: la economía, la identidad nacional, y las razones que han de tener peso público.

Una forma de crisis social es la *desafección* hacia las instituciones: institución política y clase política; ejército y policía; docencia; prensa; tráfico; Iglesia. La vida es marcadamente tradicional cuando los ciudadanos están muy adheridos a sus instituciones. La distancia frente a ellas libera individuos para propuestas innovadoras.

La sociedad se mueve entre la *atonía*, el *entusiasmo* y la *explosión* social. El gobernante procura evitar la atonía y la explosión, manteniendo un buen nivel de estado emocional, al que se procura dar una culminación en el entusiasmo. En este momento la democracia está pasando por un momento de cierta atonía, hasta tal punto que nos admiramos en Europa de la explosión norteafricana en aras de la libertad. Los gobiernos intentan introducir programas que llenen este vacío, por ejemplo, esfuerzos en torno a la igualdad.

La opinión pública en definitiva es un ramo de la antropología, pero hemos de tener en cuenta que la antropología es histórica. Siempre ha habido conciencia de la pluralidad de fuerzas. Sin embargo, en ciertas épocas los contenidos de la razón han tenido mayor fuerza que en otras, concretamente en Grecia y en los siglos de la ilustración europea.

1.2 Pérdida de la racionalidad de la opinión

En el estudio de la opinión pública siempre se ha conocido la importancia del factor afectivo. Por ejemplo, Bauer escribe: «Pero la opinión pública no sólo abarca el ir y venir de los estados de ánimo, tal como se originan en la vida de los partidos, ni se compone solamente de rumores que brotan de fuentes oscuras, que crecen del juego desatado de la curiosidad y de la imaginación, sino que se expone también en los usos y costumbres, en las prácticas y la ley»². «Las «ciudades populosas, que eran objeto de los cantos de Virgilio, son ciertamente la patria de súbitos movimientos del pueblo; pero además en su suelo estrictamente delimitado se desarrollan las escenas de la rebelión y del júbilo, y en general todas las efervescencias de una gran multitud, con mucho más claridad y energía que en una situación donde las ideas propagandísticas de la época han de ser llevadas poco a poco de castillo en castillo, de pueblo en pueblo»³.

Y Ferdinand Tönnies, en *Kritik der öffentlichen Meinung*, dedica una sección al tema: Formas racionales e irracionales de la voluntad común. Allí escribe: «Lo mismo que en el alma individual no siempre hay una pugna de sentimientos y pensamientos..., sino que muchas cosas proceden del impulso espontáneo, de la costumbre e inmediatamente de un sentimiento y pensamiento dominante, de igual manera hay

² *Op. cit.*, p. 32.

³ *Ibid.*, p. 34.

también un alma social cuyo núcleo celular entiendo yo como “comprensión” que se activa en el uso y se conserva y continúa en la fe común.»⁴,

A pesar de estos testimonios de autores clásicos, los estudios de la opinión pública tienden a centrarse más en el estrato racionalizado, por lo menos en el sentido de que la conducta del ciudadano ha de averiguarse a través de preguntas comprensibles. Y esto no ha de admirarnos, pues el concepto de opinión pública se ha forjado en torno a la ilustración, que es eminentemente racional y racionalista. Pero ahora el modelo de la racionalidad pura ha sido sometido muchas reservas, por lo menos en la filosofía.

Si atendemos a la forma en que históricamente se ha manifestado la opinión, se advierten cambios tan importantes, que podría dudarse de si se trata de un mismo fenómeno. Uno de los cambios más radicales es el que se ha producido entre los siglos en que se forjó el concepto de opinión pública (XVII-XVIII) y el momento actual. El concepto se acuñó en un entorno racionalista, en el entorno de la ilustración, que intentaba dirigir la realidad humana desde la cima de la razón. La ilustración, contraria a la tradición, da por supuesto que la razón es capaz de establecer bases firmes para la vida humana. Kant, por ejemplo, analiza sutilmente los diversos estratos del hombre, pero no cabe la menor duda de que en él ejerce una función normativa la antropología racional. Escribe, por ejemplo: «La libertad del arbitrio es la independencia de su determinación por impulsos sensibles; éste es el concepto negativo de la misma. El positivo es: la facultad de la razón pura de ser por sí misma práctica. Ahora bien, esto no es posible más que sometiendo la máxima de cada acción a las condiciones de aptitud para convertirse en ley universal»⁵. La filosofía de Kant, en conjunto, contempla la posibilidad de que la razón emita en todos una misma voz, y así dicte una norma de acción que todos puedan aceptar en base a su propia luz interior.

La idea de una razón independiente de impulsos sensibles ha ejercido un influjo persistente en la filosofía y, a través de ella, en todas las ciencias humanas (sociología, política, ética) que han querido abordar el tema de la acción y, junto con él, el del futuro de la historia. Ha llegado hasta nuestros días el siguiente esquema de pensamiento: el hombre es libre y sabe lo que quiere; cada uno se relaciona con los demás como una voluntad racional, capaz en cuanto tal de encontrar en el diálogo los principios de configuración de la vida pública; el horizonte de acción entre los pueblos y el futuro de

⁴ VDM Verlag Dr.Müller, 2006, p. 53 s.

⁵ KANT, *Metafísica de las costumbres*, Madrid, Tecnos 1989, p.17.

la historia no es otro que el del libre desarrollo de la razón. La obra de Jürgen Habermas es un testimonio clarísimo de que ese esquema de pensamiento ha sido plenamente vigente en la segunda mitad del siglo XX. ⁶Y en este momento los sucesos que están aconteciendo en el África mediterránea podrían interpretarse como un acercamiento a la racionalidad democrática de Europa. ¿Puede decirse que lo acontecido en Túnez, en Egipto y en Libia es fruto de ciudadanos que se han unido a través de un diálogo racional sobre la esfera pública? ¿Quién es capaz de deslindar los factores emotivos y los racionales de las masas allí congregadas? Un joven que se quema ¿ejerce mayor fuerza persuasiva que el razonamiento democrático, o bien el razonamiento ya formado como rechazo del autoritarismo recibe fuerza de autorrealización por la inmoción de un ciudadano? Por otra parte, mientras sucede eso en el área mediterránea, en Europa misma el mencionado esquema de pensamiento goza ciertamente de un reconocimiento institucional en las constituciones, pero se halla en contradicción con otro filón de fenómenos que está en primer plano de la sociedad actual.

La opinión pública en los siglos XVIII y XIX versa en buena medida sobre algo que afecta interiormente a cada uno: el contenido de los derechos del hombre, la conquista de la igualdad política. La definición de la naturaleza humana forma parte del acontecer político y, por tanto, el ciudadano que participa tiene el sentimiento de que allí está en juego su propia naturaleza, puede razonar sobre lo que él mismo experimenta.⁷ Sin duda hay temas de la legislación que lo desbordan, pero, en general, un ciudadano formado e interesado por la política puede seguir con facilidad el acontecer nacional.⁸

Hoy día, en cambio, por más que quede un resto de legislación moral donde los ciudadanos pueden acompañar con su argumentación (aborto, matrimonio homosexual, lucha contra la violencia de género, reivindicación de la igualdad), en la mayoría de las leyes el ciudadano normal ni siquiera se entera de que se ha dictado tal o cual ley. Si quieren hagan ustedes la siguiente prueba: pregunten a una muestra representativa de ciudadanos normales la víspera de las elecciones qué leyes ha dictado el partido

⁶ Especialmente en la obra *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona 1982.; Cf, Raúl GABÁS, *J. Habermas: Dominio técnico y comunidad lingüística*, Barcelona, Ariel 1980, p. 43 ss.

⁷ Véase el § de J. HABERMAS, *Cambio de estructura de la opinión pública*.

⁸ Tomemos, por ejemplo, el *Diario de Madrid*, de 2 y 3 de diciembre de 1805. Consta ante todo de máximas y reflexiones morales, con títulos como: del ignorante, del hombre de mundo, del egoísmo, del amor propio, de la felicidad e infelicidad. Las noticias sueltas y las ventas ocupan un lugar secundario. Esos temas forman parte de la naturaleza de cada uno.

gobernante. Estoy convencido de que la gran mayoría ni siquiera sabría mencionar el 10 por cien de las leyes aprobadas durante la legislatura.

Recordaría en todo caso las que hayan afectado a sus persuaciones morales. Pero la mayoría nada sabemos sobre la legislación relativa a la energía nuclear, a la energía eléctrica, a los contratos por teléfono, al terrorismo, a la responsabilidad civil en los diversos ámbitos de nuestra vida, a la relación del ciudadano con la administración del Estado, a la legislación vigente en la propiedad horizontal, a las leyes europeas que limitan la competencia nacional.

¿No es una burla decir que nos autolegislamos, si desconocemos la existencia y el contenido de la mayoría de las leyes? ¿En qué leyes nos hemos formado opinión? Añádase a esto la existencia de muchas instancias legislativas: ayuntamientos, autonomías, parlamento nacional, parlamento europeo. ¿En qué nivel ejerzo yo la ciudadanía? ¿En todos ellos? Y, aunque llegue a formarme opinión sobre alguna de las leyes, ¿por qué medio puedo expresarla? En la situación actual la afirmación de que el ciudadano se autolegisla empieza a resultar cómica. Y, por tanto, o bien se hace cómico también el concepto de democracia, o bien reconducimos el concepto al ámbito de lo posible. ¿Qué ámbito sería éste? ¿No cabría deslindar un núcleo donde el pueblo puede estar enterado y ha de ser competente? El crecimiento de la complejidad del mundo y de los campos a los que se extiende la legislación ha condenado al absurdo la idea del ciudadano que se legisla a sí mismo.⁹

La realidad o apariencia de un público discursivo se salvaba mucho mejor en los siglos XVIII y XIX, que en nuestra época. Podría decirse que la figura de la opinión pública discursiva ha saltado por los aires. Sin embargo, el fenómeno de lo que llamamos opinión sigue existiendo. ¿En qué manera existe y cuál es su función?

1.3 La prensa excita los afectos

La opinión pública es hoy fundamentalmente un reclamo de titulares para los estados idiosincrásicos de la población. Los periódicos cada día tienen que asomarse al

⁹ En *La Razón* del jueves 14 de abril de 2011, p. 13, Luis ALEJANDRE, refiriéndose al recurso constante a las encuestas ante cualquier tema, resaltaba que ese método acarrea altos riesgos de manipulación o contaminación, pues implica un estado de opinión más que un estado de derecho. Es decir, en el complejo acontecer de nuestra sociedad no llegan a compactarse los temas sobre los que podamos forjarnos una opinión firme.

mundo sin apenas conexión con el día anterior. Por más que algunos temas tengan cierta continuidad, la mayoría carecen de ella. ¿Qué se pone cada día en la primera página del periódico? Hay algunos que se imponen por los acontecimientos del día. Pero el editor tiene que buscar ante todo lo que excita, lo que atrae, lo que indigna, en general, lo que interesa. Las primeras páginas de los periódicos muestran la vinculación de la opinión pública con lo escandaloso, emotivo y excitante.

He tomado al azar dos portadas: una de *El País* y otra de *El Mundo*.

*El País*¹⁰ contiene en la portada ocho títulos en total:

1. Russeff (presidenta de Brasil) anuncia mejoras sociales, pero no tolerará la *violencia*.
2. La ninfa del verano: la modelo Heather Marks presenta *los colores que se imponen* para el estío.
3. La crisis griega vuelve a desatar el *miedo* en Europa.
4. Bernard Tapie, *azote* de la V república (el ex empresario y ex ministro pone en jaque a Sarkozy y Lagarde).
5. Londres espía millones de llamadas (*escándalo*).
6. Investigación judicial de la sanidad madrileña, acusación por cohecho, prevaricación y malversación.
7. Hacienda excluye a la infanta de la trama fiscal (*escándalo*).
8. El escritor Joël Diker *triunfa* con su novela «La verdad sobre el caso Harry Quebert.»

En la portada citada aparece un predominio claro de lo emocional.

*El Mundo*¹¹ presenta seis títulos en la portada.

1. Dos perros “pitbull” *devoran* a su dueño en Madrid.
2. Obama y Putin evitan mirarse a los ojos en un *tenso* encuentro tras las escuchas.
3. La acusación dice que Bretón quiso *matar* a su mujer (un largo culebrón con larga presencia en los medios).
4. Isco, objetivo del Madrid, busca el *européo sub 21* con España.
5. El interés por telefónica de AT&T *dispara* en la bolsa a los operadores.
6. Hacienda admite que no verificó la información sobre la *Infanta*.

¹⁰ *El País* del 22. 06. 2013.

¹¹ *El Mundo* del 18. 06. 2013.

De nuevo asoman los afectos por todas partes. En el caso de la infanta, ¿por qué tanta tinta sobre este asunto? Sin duda afecta a una estructura simbólica importante.

Hoy, decir «yo opino» podría traducirse por «yo estoy excitado». Aparecen frecuentemente en la prensa los personajes que excitan a los lectores de diversos campos. Los abusos sexuales con los menores de edad, la violencia y el terrorismo poseen un valor de prensa por lo que tienen de excitantes. De vez en cuando la sociedad se acuerda del derecho a la intimidad y del decoro. Pero en lugar de callar para que el mundo no se entere, la prensa sigue escribiendo con el propósito de vender ejemplares. Ser noticia significa muchas veces: produce escándalo. Escándalo y morbo son poderosos, el primero porque produce una admiración, y el segundo porque difunde un cosquilleo interior en nuestro organismo.

Hubo tiempos en los que la retórica parlamentaria se dejaba guiar por la belleza interna del discurso. Pero en el Parlamento actual la agresión recíproca entre los contrincantes está a la orden del día. Pensar es demonizar, herir y recabar el aplauso mientras la imagen se transmite al público por televisión. En la vida parlamentaria se resuelven muchos problemas que el acontecer social plantea, pero esa misma solución de problemas está envuelta en el juego de desgaste del adversario y promoción de sí mismo. Si es sucio revolver el fondo pasional del corazón humano, donde están al acecho la envidia, los celos, el odio, la ira, el egoísmo y el amor propio, la política, especialmente la moderna, que se mueve en ese elemento, será necesariamente sucia. Pero los ciudadanos tampoco son inocentes, pues están hechos de esos lodos y apetecen el espectáculo de los dioses en lucha. Para los dioses griegos es un placer contemplar la guerra de Troya. De vez en cuando incluso descienden al campo de batalla para ayudar a los protegidos. Lo mismo que los dioses están mirando la escena, también nosotros, los ciudadanos de hoy, tenemos una imagen de la lucha estructurada con un tejido simbólico. De ahí emanan leyes apenas perceptibles de juego. Por ejemplo, en el parlamento se puede herir, pero no sacar un cuchillo. Y desde luego es de mal gusto que Tejero entre en la Cámara pistola en mano.

1.4. Dominación y simbolismo

La opinión pública, en cuanto pública, tiene un carácter estable y apacible. Guarda cierta relación con mantener el orden, mantenerse en calma y ser un ciudadano

pacífico. Se contrapone a revoltoso, sedicioso, pendenciero, cabecilla. Para llegar a la «Pax Augusta», antes han tenido que rodar muchas cabezas que agitaban la resistencia y oposición en los diversos pueblos. La vida, que de suyo es anárquica, tiene que someterse a la «arjé», al principio de dominación. Hegel en la *Fenomenología* describe el origen de la relación entre señor y siervo. Según su descripción, en un primer estadio la vida es un intento de avasallar la otra vida. Lo vivo come lo vivo.

La defensa frente al otro es un acto de violencia contra la primera naturaleza, que es explosiva. Los diversos sistemas de dominio conducen a una doble capa en el hombre: la naturaleza primitiva, que guarda silencio, pero no está muerta, y el ideario político, que es el adoctrinamiento de un ser biológico. El nacimiento del Estado es en el fondo el nacimiento del alma. El piloto de la nave pública es anterior al de la nave privada. Aprendemos a dominarnos cuando nos dominan.

En la naturaleza observamos cómo los seres vivos guardan un orden jerárquico al devorar a las víctimas: primero el león, luego las hienas, después los buitres, finalmente perros y otros animales de orden inferior. La naturaleza es ante todo hambre y tiende a devorar.

En Europa el estado romano impuso un orden universal, con su férreo aparato de dominación. La «lex» se convirtió en forma del cuerpo social. Pero dejó el foro interno y el trabajo con su producto, la propiedad, como un límite de su poder. En esa zona virgen para el Estado se instaló la Iglesia, que alzó un nuevo poder, basado en el foro interno y en las situaciones límites: conciencia interna, nacimiento y muerte. Donde se otea un nuevo espacio humano, allí surge una nueva esfera de poder.

La imagen vigente del mundo tiene como base la idea de la explosión cósmica: hubo una explosión originaria de la energía concentrada, y de pronto comenzó la carrera sin fin de la expansión cósmica, en la que surgieron las partículas «primitivas» y empezó el proceso de alejamiento y concentración. Si el principio del universo es explosivo, me parece normal que ese rasgo esté presente en todo. Y, de hecho, en la mayoría de las especies del reino animal cohabitan la fiereza y la ternura. ¿Cómo pueden cohabitar estas dos cosas? ¿Qué es más original: la empatía universal o la guerra de todos contra todos? La naturaleza embelesa y amenaza. La culebra acaba devorando la ardilla por medio del embeleso.

Todo intento de resolver los enigmas sociales sin mirar a la naturaleza es un extravío. En la sociedad se reproducen las potencias que actúan en la naturaleza. Cada

especie está individualizada por el amor a sí misma y la rivalidad de un determinado número de especies.

Los insinuados contrastes de la naturaleza en la humanidad se manifiestan como una duplicidad de individualismo-egoísmo y colectivismo, hasta el extremo de la masa. De hecho llevamos más de dos siglos de enfrentamiento entre el individualismo burgués y el anhelo de una sociedad solidaria e incluso fraternal. Ambos puntos de vista son polos de un mismo fenómeno.

La naturaleza, en medio de la división y proliferación, crea una unidad e identidad en la especie. En ella hay una posibilidad de variación: color de ojos, magnitud corporal, color del cabello, etc., pero hay también una identidad en la manera de reproducirse, en la alimentación, en los sonidos emitidos, en la manera de delimitar y defender el territorio. Estos rasgos comunes gozan de una gran estabilidad.

En medio de la estabilidad se da el fenómeno de la ira o la ferocidad, de la entrega incondicional a la lucha en determinadas circunstancias, por ejemplo, cuando hay que proteger a las crías, o en la lucha por la superioridad.

Entre los humanos hay un campo de unidad específica, en continuidad con el animal. También en el hombre las funciones primarias, las pulsiones y los instintos marcan un campo de unidad y de referencia recíproca. Pero en el hombre se desarrolla muchos más que en ninguna otra especie el factor de la dominación, por ejemplo, ningún chimpancé comercializa la leche de mona. La agricultura fue un experimento de dominación de otras especies: nos sometimos el caballo, la oveja, la vaca, el perro, y simultáneamente se produjo la dominación del hombre sobre el hombre.

Es difícil descifrar en qué medida esta dominación se realiza a través de la fuerza, o bien a través de elementos simbólicos. Creo que es el gobernante mismo el que tiende a sustituir la fuerza física por elementos simbólicos: la religión en los imperios de la antigüedad, la ideología democrática en la modernidad. ¿Dónde hay más engaño, en el dominio por la gracia de Dios, o en el dominio por la gracia del voto? En ambos casos se tiende a sustituir la dominación física, mediante la fuerza militar, por la dominación simbólica: la creencia en el rey ungido por Dios, la creencia en la voluntad común como camino exitoso para resolver los problemas humanos.

La fuerza de lo simbólico es un gran prodigio, pues hace que un proceso de violencia física, el hecho de dejarse dominar, se convierta en una pacífica aceptación interior. Lo que es el dueño para el animal, es Dios o el Estado para el creyente o el ciudadano. El perro en principio no se subleva jamás. De ahí la expresión: fiel como un

perro. ¿Qué sucede en el hombre? Mediante la reflexión puede sustituir la violencia inherente al mundo simbólico y reaccionar contra esta dominación. Las ideas en el cerebro tienen la fuerza de aquietar la violencia, de aceptar la dominación. Pero puede también desactivar los procesos represores.

En general la opinión pública ejerce una función unificante y pacificadora, en gran medida porque es la manera de pensar y sentir que se difunde a través de los canales del poder.

1.5 La explosión de la opinión

Sin embargo, en medio de esta unificación se mantiene la fuerza agresiva. La agresión es una fuerza expansiva, pues expande hacia fuera la energía replegada en el organismo. Todas las guerras van acompañadas de una demonización del enemigo. La explosión de las armas va acompañada por una explosión previa del odio.

La historia de occidente está recorrida por fenómenos de este tipo: Sócrates ejecutado por impiedad, la conquista de los santos lugares, la guerra contra los infieles, la expulsión de los marranos en España, las guerras de religión en Alemania y en Francia, las ejecuciones en masa durante la revolución francesa, los campos de concentración en Alemania, las purgas estalinistas, las checas en España, la revolución fundamentalista contra el Sha de Persia, recientemente las rebeliones en el Norte de África.

Un ejemplo clarísimo de la opinión como explosión es la Revolución Francesa. ¿Por qué es tan sanguinaria esta revolución? Porque el enemigo no está localizado geográficamente, sino que se desplaza por las calles de París. Lo atacado ya no es un país extraño, sino los ciudadanos de la propia Francia. Tiene el carácter de una guerra civil. En la guerra exterior la opinión pública unificada se lanza contra otro país. En procesos revolucionarios como el de Francia o el del comunismo la batalla se dirige contra el propio entramado social. Es una guerra de conciencia. El enemigo ya no está en otro país, está dentro de nosotros mismos. Es la guerra de la reflexión, de acuerdo en cierto modo con la *Fenomenología del espíritu* de Hegel. Lo odiado es ahora el mecanismo represor que se ha desarrollado en el propio pueblo: la religión, las costumbres, el sistema de clases. Surge la guerra civil universal, en el sentido de que

aquello contra lo que se lucha está presente en todos los pueblos. Lo explosivo se desinhibe y se hace real como proceso revolucionario.

El proceso revolucionario implica el problema de la recta conciencia. Pero ¿en quién se encarna la recta conciencia? Unas facciones luchan contra otras y cada una tiende a exterminar las que son distintas de ella. El que hoy guillotina, mañana es guillotinado por parecidas razones. La revolución es absolutista.

La opinión explosiva no es suficiente. Se necesita una nueva implosión, que se intenta llevar a cabo a través de las democracias, basadas en la teoría de la voluntad común. Este concepto plantea la cuestión de si la voluntad común existe como un patrimonio común, supraindividual (Rousseau),¹² o bien no hay naturaleza común. Hobbes describe la situación originaria como una guerra de todos contra todos, lo cual puede entenderse en el sentido de que no hay nada común antes de la creación del Estado. En general las teorías contractuales tienden a defender que los individuos crean su naturaleza común (social) a través del pacto. El modelo de la conciencia individual es absolutista. El modelo de la conciencia intersubjetiva no es capaz de crear una conciencia idéntica.

Las teorías del pacto no se dan cuenta de que la naturaleza común es precisamente la explosiva, la que conduce necesariamente a la guerra de todos contra todos. La paz perpetua es una utopía. Todo intento de convertir la sociedad en un jardín de virtud conduce a la infelicidad universal. En cambio, dan mejores resultados las formas de gobierno que reconocen la lucha, la naturaleza explosiva del hombre.

O reconocemos esta naturaleza explosiva y damos entrada a la discrepancia y a la lucha, o dejamos que el Estado, lo mismo que acuña la moneda, acuñe también la vida de los ciudadanos, que la implosión del poder domine sobre la explosión.

Los Estados en general han sido máquinas de canalizar la explosión hacia la defensa de lo establecido como común, y de luchar contra ella en el propio territorio. Así han sido siempre muy duros los castigos contra los sediciosos, los agitadores, los desertores, los culpables de alta traición. Las coacciones y la censura en general tienen la función de impedir la explosión. No obstante, el Estado no puede menos de conceder y canalizar ciertos ámbitos explosivos: matrimonio y procreación, propiedad, competencia comercial, luchas deportivas, premio a lo que sobresale.

¹² ROUSSEAU en el *Contrato social o principio del derecho político* presenta la figura del “contrato”, por el que los miembros de una sociedad se unen en una voluntad general.

Muchos sistemas creen que la naturaleza explosiva del hombre es mala y debe transformarse. En realidad es un fondo desde el que se desarrolla toda actividad creadora. La libertad es una broma mojigata si no implica el carácter absoluto de cada uno. Y donde hay absoluto el problema es el límite. ¿Cómo puedo expandirme sin invadir el territorio ajeno? Hay maneras negativas y positivas de hacerse con el otro, de apropiárselo. Son negativas: la esclavitud, la explotación, la astucia. Son maneras positivas, en cambio: el lenguaje, el arte, la comprensión, el nexo histórico, los símbolos.

En la sociedad se da una reivindicación constante del derecho de explosión. Conocemos las palabras por las que se caracteriza la relación negativa con el Estado y con el otro hombre: opresión, represión, explotación, dominación. Todas ellas indican claramente que el individuo queda comprimido y no tiene posibilidad de expandirse. La represión más sutil es la que mina la posibilidad de explosión social. Los sindicatos son agentes propicios tanto para preparar la explosión social como para impedirla. La huelga general puede entenderse como una articulación del malestar.

La reflexión individual y la suma de las reflexiones individuales es insuficiente para provocar una explosión de la opinión. Para ello se requiere además una provocación retórica e insistente que solivianta los ánimos y los haga entrar en el horno del calentamiento común. Se pone en juego entonces el sentimiento de masas, que obedece a un principio parecido al de los vasos comunicantes: cuando la temperatura crece en uno de ellos, tiende a crecer en los demás. Algunos son capaces de electrizar, son los electricistas de la opinión.¹³

Los líderes en los procesos electorales tienden a electrizar, a crear una situación explosiva. Es más, estas situaciones se requieren para mantener la cohesión y el vigor de las masas. Irak y el atentado en los trenes de Madrid fueron para la masa socialista la misma pólvora que los escándalos del gobierno de Felipe González y la mala gestión de la crisis de Zapatero para la masa del PP. Normalmente, el odio que antes se canalizaba contra otro país, ahora se dirige contra otro partido, de acuerdo con lo dicho sobre la naturaleza de la revolución francesa y la comunista.

En España la explosión de la Opinión Pública fue utilizada abundantemente por el franquismo, que se centraba en el sentimiento de unidad nacional (de comunidad). Cada problema gordo, por ejemplo, la retirada de embajadores extranjeros, acarrea

¹³ FEUD, por ejemplo, resalta la función de la libido, del amor, y del jefe en la unión de las masas *Psicología de las masas*, 1921, edición castellana en Madrid, Alianza 2010.

una manifestación callejera, en la que se esgrimían los tópicos básicos. Una parte importante del pueblo se inflamaba, y esto era suficiente para crear una base de adhesión que permitiera gobernar.

En Cataluña hubo una explosión cuando Tarradellas pronunció el famoso «ya soc aquí». La primera victoria electoral de Felipe González tuvo una gran dosis de explosión futurista, bajo los rasgos de juventud, cambio, futuro. Y de nuevo la llegada de Zapatero al poder estuvo acompañada de una explosión contra la guerra.

La explosión ejerce ante todo un efecto psicológico en los que han participado en el fenómeno. Este efecto gratificante tiende a fortalecer la decisión tomada, y en principio dura un cierto tiempo. Por otra parte, hay una tendencia inconsciente a ser conducido a estados de eferescencia de la opinión.

Se relaciona con lo explosivo lo que podríamos llamar el querer fuerte, como algo que nos proyecta a un fin estable de nuestra vida. Habrían de incluirse aquí las creencias arraigadas bien en la religión, bien en la naturaleza: matrimonio, descendencia, propiedad...Las opiniones basadas en este ámbito tienden a ser muy estables, y son rápidas en reaccionar contra quien las ponga en peligro.

Actualmente en los países del capitalismo avanzado la opinión está bastante estabilizada. Los radicales apenas tienen posibilidades fuertes. Podría decirse que en occidente el que tiene «chicha» y chica ya no se rebela. La opinión, en efecto, va muy ligada al deseo, de modo que se divide en base al «deseo» de conservar (conservadores), y al «deseo» de obtener (progresistas). Bien y mal, aceptable y rechazable, obedecen a esa doble modalidad del deseo.

1.6 Escalas afectivas

Los que vivimos en zonas frías acostumbramos a mirar al termómetro, que en invierno se mueve entre diez y menos diez grados. En general es conocido que toda sensación tiene un grado, pues aparece en el punto cero y desaparece al alcanzar un determinado grado. Lo mismo que tenemos un termómetro para el frío, podemos tenerlo también para todas las sensaciones. Si le preguntamos a un niño e incluso a un mayor: ¿cuánto me quieres?, puede contestarnos: un poquito, mucho, un montón, a rabiarse (o sea, hasta el punto de explosión). También el sentimiento público tiene una escala.

De hecho usamos las escalas en forma de puntuación dada a los políticos: puntúa de uno a diez, rogamos al encuestado. La puntuación en números es formal y no siempre indica la modalidad correspondiente. El lenguaje ordinario es más explícito.

En el lenguaje ordinario encontramos graduaciones afectivas como: lo mataría (explosión), lo odio, me saca de quicio, no lo puedo ver, me irrita, me cae mal, ni fu, ni fa, (indiferencia), me cae bien, me gusta, me entusiasma, es genial, es fantástico, lo idolatro, o lo quiero a reventar (explosión).

Desde un centro de indiferencia (ni fu, ni fa), la escala se extiende en grados positivos y negativos, hasta dos extremos que tienen carácter explosivo.

Pongamos el caso de las corridas de toros, tan actual a raíz de su prohibición en Cataluña. Nos encontramos con los siguientes grados de prohibición o rechazo: hay que prohibirlas (explosión), son horribles, las encuentro crueles, me desagradan, no me gustan, me da igual (indiferencia), cada uno que haga lo que quiera, me gustan, me encanta gritar olé, es un arte, soy un hincha de los toros (explosión).

Si luego analizamos las argumentaciones en positivo y en negativo, nos encontramos con dos vivencias básicas: el sentimiento de compasión, y la admiración a la valentía en la lucha entre el hombre y la fiera. En definitiva: afirmación dionisiaca de la naturaleza como un juego que asume también la crueldad, o entrega al sentimiento de compasión, aunque sin dejar de comer carne de animales.

En el estado de ánimo colectivo tenemos la escala: no aguanto más (reviento, exploto), desaliento, descontento, atonía (indiferencia), alegría, euforia, desbordamiento, exaltación (explosión).

Para un gobernante es útil saber cuándo un afecto público se acerca a un grado explosivo. En un pueblo, o en el mundo, es instructivo conocer en qué puntos se da una adhesión más o menos firme. Donde hay un imán se adhieren virutas de metal. Existen ciertos núcleos de adhesión fuerte que permiten contar con una determinada base estable. Y conviene, por otra parte, estudiar cómo se conserva ese núcleo: banderas, fiestas, relato histórico. España concretamente tiene un núcleo duro de unidad nacional, pero también hay indicios de una tendencia al resquebrajamiento. A mí no me parecería estúpida una encuesta general de grado afectivo en los siguientes términos: odio lo español, no me siento español, me siento español, estoy orgulloso de ser español, lucharía por España y su unidad. Incluso sería interesante haber hecho esa encuesta antes y después de ganar la copa del mundo en fútbol.

Puede ser una actividad política encomiable conseguir el paso de un grado de valoración a otro, por ejemplo, de «odio lo español» a «no me siento español», y con un pasito más: «me siento español». Equivaldría a la encuesta indicada esta otra. Cuando usted escucha el himno nacional: ¿se cabrea, se aburre, le gusta, se emociona, se entusiasma?

La cuestión de la intensidad de los afectos permite establecer una relación entre grado y cantidad, por ejemplo, si la valoración de un personaje o de un tema es muy alta, es presumible que la cantidad de los que valoran positivamente sea alta.

La sociedad es una sinfonía de sentimientos. El poder es como un director de orquesta, marca el recorrido de los tonos y excluye los caminos que no son deseables. A veces la orquesta escapa a su control y se produce un estallido: la explosión revolucionaria. Pero la explosión no es lo normal.

La vida ordinaria se desarrolla bajo la dirección de una racionalidad. ¿En qué consiste esta racionalidad? En la comprensión de que la tormenta o explosión es necesaria. ¿Por qué? Por simple ley física.

Todos los pueblos han conocido la necesidad de momentos eufóricos: la catharsis en las tragedias griegas, las días de vacación de la ley en ciertas culturas (Asiria, Pachamama en América), el circo en Roma, el carnaval y la cuaresma en la tradición cristiana, el *fasching* en Alemania. Hoy día asumen esta función las carreras automovilísticas, el fútbol, las canciones de Eurovisión. El pueblo está ávido de recorrer estos sentimientos eufóricos, y admite con agrado el alejamiento de la opinión reflexiva.

Los momentos de plenitud psicológica permiten organizar la existencia cotidiana como un pequeño número de estados emotivos relativamente triviales. La televisión es como un coro de fondo festivo que sostiene la liviandad de la existencia cotidiana.

La democracia es una lucha entre el filósofo y el director de orquesta. El primero busca una mente rigurosa, firme en sus opiniones, en guardia contra los afectos que perturban la mente. Pero el «demos» no ama la verdad, quiere ser seducido, quiere ir en el coro de Dionisos, participar a en la plenitud de «Poro»,¹⁴ aunque sólo sea en el cortejo de las apariencias. Pide «panes et circenses». Quiere fiesta. Sólo despierta cuando está en peligro el mínimo vital, y entonces el político tiene que dar pan o reforzar el circo. En momentos de crisis económica podría esperarse que el pueblo despertara y exigiera el régimen de la razón. Pero la bacanal es para el pueblo más

¹⁴ PLATÓN en el *Banquete* nos cuenta que el amor es hijo de Poro (el recurso, la abundancia) y penía (la pobreza). Platón, *Obras Completas*, Madrid, Aguilar 1977, p. 584 (201 e/202 e).

importante que la sobriedad del cálculo. El pueblo ama la explosión, hasta el punto de aplaudir la guerra. Y ahora, en la época de los sentimientos débiles, la voluntad de poder juega a la celebración de la victoria electoral. Pero los derrotados no van a las cárceles mamertinas, sino que perciben interesantes nóminas el día 30 de cada mes.

2. LA ARTICULACIÓN SIMBÓLICA DE LA VIDA PÚBLICA

2.1 Los símbolos en la vida social

Los símbolos son la forma más eficaz que la sociedad tiene de canalizar la vida pública. Se entiende por símbolo la manifestación de lo universal a través de una concreta realidad sensible, o sea, la fusión de lo universal y lo particular;¹⁵ por ejemplo, en un desfile militar el soldado que marcha delante con la bandera: nos ponemos de pie ante el militar que muestra la bandera (patria) común a la que él sirve; y, en general, la presencia de un militar o policía nos disuade de toda acción violenta. En la convivencia humana los afectos generarían un caos si no estuvieran canalizados a través de los símbolos, que responden a las escalas de intensidad antes mencionadas. Así hay bandera de paz y bandera de guerra, y entre uno y otro extremo encontramos la siguiente gradación: aplauso, adicto, descontento, crítico, reclamación, protesta, manifestación pública, huelga, revolución, guerra civil. Apenas hay ningún ámbito de la vida intersubjetiva que no esté sometido a la gradación de los afectos y no se exprese mediante algún símbolo (por ejemplo, libros y rosas en Cataluña el día de Sant Jordi; dar la mano, un beso o un abrazo). Son símbolos o fuentes de símbolos: Toros, guerra, patria, gran padre o madre, seno, familia, igualdad, progreso, hoz y martillo, éxito, justicia, venganza, deporte, llevar *El País* o el *ABC* en la mano; en la actualidad: políticos, cantantes, modelos, presentadores. Son fuentes generadoras de mitos la agresión, el amor y el poder, lo cual aparece ampliamente en la mitología griega. Los ídolos son una modalidad de símbolo. Ejercen un efecto protector. Cuando nuestro

¹⁵ Así lo entiende, por ejemplo, Schelling. Véase SCHELLING, *La filosofía del arte*, Madrid, Tecnos 1999, introducción de Virginia López Domínguez, p. XXXI; Schelling, *Biblioteca de Grandes Pensadores*, Madrid, Gredos 2012, Estudio introductorio de Raúl Gabás, p. LXVI.

equipo cae derrotado nos sentimos desamparados por algunos días. Nos falta el paraguas protector, capaz de levantarnos.

La energía erectora, lo que nos conduce a la acción, es de tipo simbólico: ser buen funcionario, amar la propia profesión, afán de enriquecerse por ocupar una posición social. La apatía y la decadencia tienen que ver con la pérdida de símbolos o valores.

El hombre es simbólico porque es estático: en lo político estamos referidos a un centro o capital, que se expresa en la bandera, en la constitución, etc. La vida del hombre está estabilizada en buena medida, y los que estabilizan son los símbolos. Están regulados: el lenguaje, la manera de andar, el gesto de status, la dinámica de ostentación y reconocimiento. Desde la temprana infancia el niño es sometido a la forma de vida doméstica, donde ciertas cosas son aprobadas y otras no. El mero hecho de ir vestido implica una distinción entre lo corporal y la forma de aparecer: estás guapo, ¡qué bien te sienta! Empieza así el dominio de la imagen, que continúa en la escuela, en las relaciones sociales y en la calle.

La socialización o introducción en el ambiente dominante se produce por lo general en forma agradable a través elementos simbólicos (los relatos religiosos van acompañados de fiestas: navidad, reyes, pascua, puente de la Inmaculada). El primer fondo común en la manera de pensar de los seres humanos procede de la relación con la naturaleza, que implica la procreación y las normas protectoras de la misma. Inmediatamente surgen temas como el de la medicina, que protege la vida, y la selección de la raza (Esparta). Las normas básicas apuntan a la sobre vivencia del grupo familiar o de la especie. Surgen divinidades centradas en la fecundidad, en los bienes necesarios para la vida (sol, luna, tierra, animales sagrados) y en la satisfacción de los deseos.

La tradición de los pueblos se forma normalmente en torno al ciclo de la reproducción de la vida. Este es el estrato básico desde las religiones naturales hasta la economía moderna. El culto ofrece una exaltación de este ciclo natural: fiestas de primavera y de la vendimia. La defensa de la tierra engendra comunidades y luchas contra otras comunidades. Así surgen los héroes y el culto a ellos (Ilíada, Odisea). El judaísmo y el cristianismo abren una brecha en esta sociedad o religión natural, introducen lo distinto de la naturaleza y así abren el cauce de la historia. Comienza con ello la pugna entre arqueología y escatología. La duplicidad de naturaleza e historia recorre los momentos fundamentales de la vida europea. Uno de los más importantes es

el de la ilustración europea. Los ilustrados rechazan lo recibido por tradición, y así están libres para aspirar a una sociedad mejor en el futuro. La Iglesia, en cambio, defiende la validez de lo transmitido. Ésta, de suyo, debería defender la novedad histórica, pues la revelación abre el horizonte de la historia. Y los ilustrados, en cuanto adversos al cristianismo, habrían de propugnar la naturaleza y no precisamente la historia. Pero en el fragor de la batalla se produce una fusión y confusión de banderas, de manera que el cristianismo asume la tradición y los ilustrados, sobre todo bajo la modalidad del socialismo, defienden la novedad histórica. Esto se hizo posible por la atribución de fuerzas creadoras al hombre, a una dinámica naturaleza humana que dormita todavía bajo el peso de la historia. De esa manera lo cristiano es rechazado como pasado y se exalta lo pagano como principio de lo nuevo.

2.2 Simbolismos de izquierdas y derechas

En este suelo histórico se alzan los grandes partidos de las democracias europeas, y en concreto la polarización entre derecha e izquierda. En la España actual, por ejemplo, tenemos dos grandes bloques políticos: el PP y el PSOE. La estabilidad de sus respectivos millones de votantes sin duda debe atribuirse en buena medida a su articulación simbólica. Ambos tienen un terreno simbólico común: el suelo patrio, los deportes, las fiestas tradicionales, la lengua, y los componentes de la llamada «decencia política»: pacifismo, compasión, afirmación del progreso y del bienestar. Y se extienden igualmente a los dos bloques las cualidades peculiares de la época, tanto las positivas (amable, sonriente, aspecto de feliz, buen «look», sociable, suave, elástico, ambiguo), como las negativas (pasar de, olvidar, ningunear, hacer el vacío, mentir, calumniar, desdeñarse, rivalizar, despreciar, odiar, dar caña, las elecciones como expediciones militares [aunque sin armas de fuego]). Esto conduce a una gran semejanza entre las imágenes de los líderes: buen aspecto, jóvenes, accesibles, de fácil comunicación, no agresivos, in definidamente sugerentes, dotados de un cierto erotismo.

A pesar de esas semejanzas hay en cada partido un simbolismo diferente, que explica la adhesión permanente de grandes masas, a pesar de los fracasos en el ámbito de la solución racional de los problemas. A mi juicio, el simbolismo decide el voto más que el análisis racional del programa del partido.

En rasgos generales: el adicto a la derecha está satisfecho de su nacimiento y, por tanto, acepta el pasado. El orden es sagrado para él; si se quebranta el orden, pronto pregunta: ¿dónde está la policía? La derecha es propensa a relacionar el orden social con un principio ordenador del mundo: Dios, naturaleza. Tiende a conceder una función política a la religión. Sacraliza la propiedad como fruto del trabajo, del esfuerzo. No es propensa a la compasión. Tiende a transmitir los valores tradicionales en la formación.

Sus colores son el azul y el negro, relacionado en parte con lo serio, lo heroico, la convicción firme, las normas rígidas. Defiende la libertad económica. Es masculina. Son expresiones típicas de la derecha: restauración, orden natural, valores tradicionales.

En el perfil de la vida tradicional pueden resaltarse además los siguientes rasgos: prosperidad, conservación, austeridad, ahorro (capitalización), retribución según el esfuerzo, herencia y familia, función social de la religión, un resto de naturaleza y, por tanto, ciertas prohibiciones, valoración estamental de la vida (peso social de las relaciones familiares), mercado abierto (preferencia de un Estado nacional amplio), cultivo del esmero y de la calidad (prototipo: Alemania), arraigo en la sociedad y en lo firme. Tienden a radicarse aquí los que gozan de una cierta experiencia de la vida. Predominan en la derecha el racionalismo económico, el interés, la familia. La actitud derechista adquiere fuerza cuando está en peligro el orden económico.

La izquierda, en cambio, presenta los siguientes rasgos: insatisfacción con el pasado, que puede llegar al resentimiento; por su rechazo del pasado es revolucionaria; se opone a la religión y a la moral tradicional, es luciferiana en cuanto se rebela contra el orden constituido; tiende a desposeer de los derechos y se entrega a las utopías; reivindica el futuro frente al pasado; exalta el cambio como tal; rinde culto a la igualdad, así como a la compasión y al sentimiento de masas; es femenina; su color es el rojo. Son expresiones típicas de la izquierda: antisistema, facha, solidaridad, compasión, ayuda, subsidio, distribución. Se atiene a la idea de que termina la prehistoria y comienza la historia, constituida desde la libertad.

2.3 Estabilidad del mundo simbólico

Los símbolos son muy resistentes al desgaste. Por ejemplo, en Cataluña se acepta todo tipo de explicaciones antes de reconocer una insuficiencia propia. En las elecciones para muchos pesa más lo emocional y simbólico que lo racional. La

habilidad en tocar esta fibra puede disimular el fracaso en la política realista (infraestructuras, solución de problemas). Los fallos en la economía y en los problemas reales desgastan con lentitud; en cambio, estrellarse contra una estructura simbólica puede conducir al abucheo inmediato.

El hambre y el paro se vuelven contra el gobernante, pero se pueden amortiguar desviando la atención, ofreciendo dinero público al parado, desplazando la culpa hacia otros agentes, amenazando con peligros mayores si hay un intento de cambio. Franco capoteó todas las tempestades de la política exterior soplando en el ascua de las estructuras simbólicas: destino histórico, España católica, temple heroico, lucha contra el comunismo. Los símbolos tienen raíces tan hondas como la religión, es más, yo diría que son en su mayoría de tipo religioso. Un rayo mata a un miembro de una familia creyente. Cabe la reacción de dejar de creer en Dios, pero también la explicación de que ese hecho tiene una finalidad superior, aunque escondida, en la voluntad divina.

¿Por qué son tan resistentes las estructuras simbólicas? Porque asentamos en ellas nuestra morada interior, lo mismo que el pájaro pone el nido en la rama del árbol, y nos da pánico hundirnos si renunciamos a ellas. Desprenderse del simbolismo fundamental es caer en el vacío. Muchos se consolaron durante el largo periodo del franquismo con el estribillo: «cuando lleguen los nuestros».

España es particularmente persistente en sus estructuras simbólicas, por causa de su pasado remoto y por la guerra civil en la tercera década del siglo XX, que ha dejado dos imágenes y dos tradiciones diferentes de buenos y malos.¹⁶ El peso de la simbología fundamental dificulta la creación de un partido intermedio.

¿Puede hablarse de ciudadanos libres donde abunda tanto el peso de la adhesión a una estructura simbólica? Respondo con dos consideraciones: la mentalidad es como la vivienda, la mayoría viven en propiedad horizontal, son pocos los que construyen su propia casa. De igual manera, pocas elaboran su propia manera de posicionamiento en el mundo. Es difícil ser adulto, llegar a la mayoría de edad. Y, por otra parte, hay en el hombre una tendencia muy fuerte a la formación de tradición como punto de referencia. La memoria es la compañera más fiel del hombre, y la memoria se acuña con lo que nos cuentan y con lo que nos contamos a nosotros mismos.

¹⁶ El 25 de junio de 2011, a corta distancia de las elecciones municipales y autonómicas en España, Fernando ÓNEGA escribía en *La Vanguardia* (p. 15) el artículo titulado: “La España de la mantilla”. El autor muestra el retorno de los símbolos que parecían relegados al olvido. Escribe, por ejemplo: «Y Cospedal salió a la calle el día del Corpus, y ahí comenzó el cambio: la Academia de Infantería volvió a tocar el himno nacional, y la presidenta se puso la mantilla. La española.».

Las estructuras metafísico-simbólicas no desaparecen súbitamente, sino que tienden a sobrevivir cuando son rechazadas. Por ejemplo, la imagen de Dios que hace salir el sol sobre buenos y malos, y que rige la historia, se transforma en el Estado benefactor, que nos asiste en los problemas de nuestra vida, y que conduce al «progreso» en la historia. ¿Hay tanta diferencia entre providencia y progreso? La ciudad de Dios, la relación entre Caín y Abel, entre bien y mal, se convierten en una pugna entre sistema y antisistema, entra altruistas y egoístas. Cuanto más retrocede la Iglesia, tanto más fuerza coge el partido; desaparece la mirada divina, pero es sustituida por la mirada de la televisión y de cámaras ocultas, por teléfonos pinchados; la oración es sustituida por el móvil, que nos ayuda a superar la soledad y nos ofrece la constante posibilidad de contacto; hasta el juicio universal se convierte en genoma universal. La igualdad es proclamada con el mismo fervor que la antigua hermandad cristiana y se convierte en principio de Estado. Newton decía: todos los cuerpos en el vacío caen con la misma velocidad; yo digo: todos los cuerpos caen en el vacío con el mismo horror. El símbolo es un paracaídas que suaviza el desmoronamiento.

Desde la ilustración hasta el siglo XX el ideario religioso es suplantado por el de la libertad y la independencia. E incluso puede decirse que la libertad es entendida como independencia. Se hace problemática la relación con el otro. Pero, de momento, se produce una congregación del pueblo en la lucha contra la tiranía. Todos están unidos en un «quiero ser libre». Se generan dos tipos de comunidad: la antigua, con base en la religión, y la revolucionaria (comités, asambleas, huelgas, con ideas como solidaridad y camaradería). El siglo XIX es el escenario de las revoluciones y las guerras de independencia. Están guiadas por el ideal democrático, que inicialmente es una fe en el pueblo como una unidad o sustancia metafísica. Luego, cuando lo común ha de emanar del consenso, pierde interés, se desacraliza y conduce al desencanto. Actualmente está al rojo vivo la discusión sobre los contenidos de la moral pública. El problema no es ni más ni menos que la cuestión: ¿es capaz el Estado laico de llenar por sí mismo el espacio público con el indispensable contenido moral, con un mínimo de cohesión entre los ciudadanos que no tenga como base única la coacción de la ley penal y de la fuerza pública? ¿Qué político sería capaz de confeccionar un programa electoral renunciando a todos los presupuestos simbólicos?

Hoy vivimos en medio de un sincretismo simbólico. Restos de la tradición, de derechas (fiestas religiosas) e izquierdas (fiesta del trabajo, etc.), se combinan con el culto a los poderes de la época: ciencia, igualdad, progreso, sanidad, estética,

modernidad, juventud, deportistas, cineastas, velocidad, cantantes, famosos en general. Estos elementos de la nueva mitología son proclamados a diario en la prensa y trazan el tejido común de nuestras mentes. Políticos y periodistas están versados en los símbolos vigentes, tal como se pone de manifiesto en la difusión de la expresión «imagen» o «tener imagen». En nuestro Olimpo conviven símbolos de todas las épocas. Pero está desaparecida la figura de Júpiter, el padre de los dioses, el vínculo de sangre de lo divino, el himno patrio que percute en todos los corazones con sus acordes musicales. La «tierra», figura primigenia de la mitología antigua, comienza a resurgir como una fuerza que podría convertirse en símbolo para toda la humanidad.

3. REFLEXIÓN FINAL: ¿DÓNDE QUEDA LO RACIONAL?

Hay un tipo de opinión que es una simple *exaltación*. Pero en medio de la efervescencia de los estados de ánimo surgen *focalizaciones*, puntos a los que aplicamos el estado de ánimo: paro, impuestos, aborto, matrimonio homosexual... Sin duda se forman razonamientos en torno al sí y al no. Pero la mayor parte de la dinámica consiste en los afectos que se desarrollan en torno a tales puntos.

La radicación básica de la opinión está anclada en la adhesión al sistema de consumo, imagen y aparición.¹⁷ Fuera del sistema no hay más que campo santo», donde descansan en el banco del aburrimiento los que no encajan en la fiesta, los malvestidos. «Arde movistar» porque cualquier afecto es transmitido al instante, sin tiempo de reposo. Como espejos reflectores, enviamos el estado de ánimo en cuanto llega. En conjunto la sociedad está inmersa en el placer de la imagen. A través de ella llega a todo el mundo la explosión del entusiasmo que se produce en todo el mundo. El político que quiera abrirse paso ha de tener una imagen agradable.

Si, por encima de la fluctuación de los sentimientos, preguntamos si hay temas racionales de la opinión, nos encontraremos con una gran fugacidad de lo racional. ¿Hay algo que pueda sostenerse por la simple fuerza de la razón, o de la argumentación? ¿Es posible un nuevo proyecto de ilustración, que pueda poner la razón a cobijo de los

¹⁷ Byung-Chu HAN habla de un «colapso del yo que se funde por un sobrecalentamiento que tiene su origen en la sobreabundancia de lo idéntico.» *La sociedad del cansancio*, Herder, Barcelona 2012, p. 23. Y en *Transparenzgesellschaft*, Matthes&Seitz Berlín, p. 5, escribe: «Las cosas se hacen transparentes... cuando son alisadas, allanadas, cuando se insertan sin resistencia al torrente liso del capital, de la comunicación e información».

afectos? Quizá podrían enumerarse algunos temas que han de mantenerse inmunes frente a los afectos, por ejemplo, la economía. El avión, el tren de alta velocidad, la velocidad de la luz, la renta per cápita, etc., obedecen, me diréis, a un sistema racional, y nada tienen que ver con afectos o símbolos. Cumplen su función y nada más.

Sin duda hay muchos temas sociales que pueden analizarse y discutirse con rigor técnico. Pero incluso lo más racional está expuesto a las emociones: me entusiasma el proyecto, seremos la avanzadilla de la técnica... No obstante, hay una serie de funciones sociales que se cumplen o no se cumplen. Y en el éxito o el fracaso está presente o ausente un componente racional. Por otra parte, sigue siendo una tarea fundamental de la opinión pública desenmascarar la política en su exceso emocional y en su déficit racional. No obstante, lo racional encoge el ánimo y produce placer en pocos; en cambio, lo emocional se expande y produce intensa satisfacción.¹⁸

El reino de la opinión fluctúa entre lo corporal (animal) y lo intelectual. ¿Por qué el ser humano ha desarrollado la racionalidad? El hombre es precisamente ese movimiento de ascensión de lo somático a lo racional y de reabsorción de la razón en el reino de lo irracional.¹⁹ Esclarecer esa lucha es una tarea decisiva de la investigación de la opinión pública.

¹⁸ Franz von HOLZENDORF escribe: «Todas aquellas cuestiones que exigen para su solución una habilidad técnica, una medida especial de conocimiento y la ejercitación de los expertos, no pueden ser juzgadas por la opinión del pueblo», en *Esencia y valor de la opinión pública*, acOPos, Santander 2012, pp. 92-93.

¹⁹ LE BONN resalta cómo los individuos racionales se despojan de la racionalidad cuando se sumergen en el fenómeno de la masa. Véase *Psicología de las masas*, Madrid, Morata 1995; <http://www.ultimoreducto.com>

OBRAS CITADAS

ALEJANDRE, L., en *La Razón*, 14 de abril de 2011.

BAUER, W., *La opinión pública y sus bases históricas*, Ediciones de la Universidad de Cantabria 2009, (trad. cast. de R. Gabás).

Diario de Madrid, 2 y 3 de diciembre de 1805.

EL País, 22. 06. 2013.

El Mundo, 18. 06. 2013.

FREUD, S., *Psicología de las masas*, Madrid, Alianza 2010.

GABÁS, R., en *Schelling*, “Estudio introductorio”, Madrid, Gredos, 2012.

- *J. Habermas: Dominio técnico y comunidad lingüística*, Barcelona, Ariel, 1980.

HABERMAS, J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982, (trad. cast. de A. Doménech).

HAN, B. Ch., *La sociedad del cansancio*, Barcelona 2012, ((trad. cast. de Aratzazu, Sartxaga).

- *Transparenzgesellschaft*, Matthes&Seitz, Berlín 2012.

HOLZENDORF, F. von, *Esencia y valor de la opinión pública*, Santander, acOPos, 2012, (trad. cast. de R. Gabás).

KANT, I., *Metafísica de las costumbres*, Madrid, Tecnos 1989, (trad. de A. Cortina y J. Conill).

LE BONN, G., *La psicología de las masas*, Madrid, Morata 1995.

ÓNEGA, F., «La España de la mantilla», en *La Vanguardia* 25. 06. 2011.

PLATON, «El Banquete», en *Obras completas*, Madrid, Aguilar, 1977, (trad. cast. María Araujo y otros).

ROUSSEAU, J. J., *Contrato Social o principio del derecho político*, Madrid, Tecnos 1995, (trad. de J. M. Villaverde).

TÖNNIES, F., *Kritik der Öffentlichen Meinung*, VDM Verlag Dr. Müller, 2006.

EL ESTUDIO EMPÍRICO: ENFOQUES ALTERNATIVOS

VIEJAS Y NUEVAS FORMAS DE ESTUDIAR

LA OPINIÓN PÚBLICA

Alejandro Almazán Llorente

1. UNA MIRADA HISTÓRICA

La opinión pública se ha manifestado siempre como una acción crítica que trata de poner límites al ejercicio del poder. En las democracias parlamentarias el papel crítico y vigilante de la opinión frente a la actuación de los gobiernos se considera un elemento positivo, una garantía que proporciona credibilidad al sistema político. Pero el poder político también ha establecido límites a la expresión de la opinión pública mediante el control de las formas, los lugares y las ocasiones, estableciendo preferentemente su ámbito al parlamento o la prensa, tratando de evitar las situaciones incontrolables que podrían producirse con la libre expresión de las multitudes.

La ampliación del sufragio en las sociedades de masas supone necesariamente formas cada vez más sofisticadas de control, recurriendo en última instancia a procedimientos científicos, preferentemente las encuestas de opinión. La opinión pública cobra especial relevancia en las aglomeraciones urbanas, y logra mayor fuerza con la homogenización de las experiencias vitales y condiciones de vida, rompiendo con el espacio de expresión limitado a la localidad y las circunstancias particulares. Las opiniones viajan, y la opinión pública ya no se ve adscrita a grupos concretos o ámbitos territoriales definidos. Si desde la antigüedad hasta el siglo XIX las personas, y las noticias viajaban por tierra a la velocidad de un caballo, la llegada del ferrocarril aumenta la velocidad y el número de viajeros y desplazamientos. La velocidad de circulación de las personas y las opiniones sufren igualmente fuertes transformaciones en el cambio del siglo XIX al XX. Desde el siglo XVII La conversación, la correspondencia, la imprenta, las publicaciones periódicas, fueron los soportes básicos

de la circulación de las ideas, opiniones y costumbres, pero la aparición sucesiva de otros medios, como el telégrafo, o el teléfono, supuso el nacimiento de una nueva manera de gestación de las opiniones y una nueva forma de expresión de los debates y la divulgación (Holtzendorff, F. 2011: 12-113).

Gracias a los nuevos instrumentos de comunicación la prensa publica e informa de sucesos que han sucedido en otra parte del mundo, a los que se tiene acceso inmediatamente. Por primera vez se percibe la existencia de una opinión pública que atraviesa fronteras. Pero no sólo se trata de la extensión de las opiniones y la velocidad a la que viajan, sino también otras circunstancias técnicas y políticas van a producir la metamorfosis de la opinión pública y su papel político. Las opiniones fluyen más rápidamente pero son menos estables.

La tradicional inquietud de los ilustrados por la participación política de los menos preparados, encuentra desde finales del XIX argumentos psicológicos de peso. El carácter social y externo de la opinión pública, circunscrita hasta entonces al ámbito de las minorías cultas, va a ir dejando paso a una visión centrada en los individuos. Las novedosas ideas acerca de la irracionalidad de las multitudes se complementarán, a principios del siglo XX, con la investigación sobre la capacidad intelectual y su aplicación en los test de aptitudes. Una específica manifestación de la ciencia de la época, parece certificar incapacidad de las masas para participar en los asuntos públicos, y apoyada en las experiencias bélicas hacen de la propaganda un recurso indispensable en un contexto de progresiva ampliación del sufragio. La lógica de la técnica de las encuestas que miden la opinión pública, y que nos resulta tan familiar desde la segunda mitad del siglo XX, se gesta en ese contexto técnico, científico y político.

Paralelamente al desarrollo del concepto de opinión, connotado aún por el referente de las reivindicaciones de la burguesía decimonónica, se produce otro desarrollo en sentido contrario: los gobernantes también tratan de controlar el fenómeno de la opinión pública y sus efectos con nuevas herramientas. Estas dos perspectivas son una constante en la historia de nuestro concepto: una acción ascendente de reivindicación y otra descendente de investigación acompañada de la consiguiente actuación para ejercer el control social. Si los paradigmas de la opinión surgidos en la ilustración muestran sobre todo la perspectiva de la opinión pública como vigilancia y censura desde abajo, también hay que destacar que conviven en la práctica política del control de la opinión desde el poder.

En las monarquías absolutas no existían cauces de expresión para una opinión que era generalmente reprimida, las críticas al monarca eran consideradas delictivas, produciéndose la paradoja de que la opinión era al mismo tiempo negada, estudiada y tenida en cuenta para el buen gobierno. La proliferación de publicaciones periódicas en el período revolucionario vino acompañada de la censura y el encarcelamiento de los editores que la incumplían. En todo caso, al hablar de la opinión pública se hacía referencia, exclusivamente, a la opinión de las élites, de la burguesía o la aristocracia aburguesada capaz de oponerse al monarca absoluto en nombre de la razón. Sólo después de las revoluciones, francesa y americana, el sujeto de la opinión pública se ampliará a otras capas sociales, y el debate sobre la opinión pública del siglo XIX tomará como referente el modelo de la democracia norteamericana, descrito por Tocqueville en 1835 en *La democracia en América*. Enfrentado a la contradicción original entre el paradigma de opinión pública ilustrada y opinión del vulgo, en consideración a las diferentes aptitudes de la ciudadanía para entender los asuntos públicos, Tocqueville reconoce los peligros que podía suponer un régimen de la opinión para la sociedad americana, pero valora la idea de hacer extensibles los derechos políticos a toda la ciudadanía, pues si el dogma de la soberanía del pueblo le podía resultar preocupante, las consecuencias de la exclusión política lo era aún más, pues podía dar origen de guerras o revoluciones (Zask, J., 1999: 154).

El enfoque teórico que vincula las masas con la opinión pública se manifestará a finales del siglo XIX desde la disciplina emergente de la psicología social que trata de explicar su irracionalidad. Dos textos de la época condensan la preocupación por la expresión de las masas: *Las leyes de la imitación* de Gabriel Tarde (1890) y la *Psicología de las multitudes* de Gustave Le Bon (1895). Plantean el inicio de una nueva forma de ver y estudiar la sociedad. El público es para Tarde un colectivo puramente mental formado de individuos que obtiene su cohesión de la conciencia del sentimiento compartido por un gran número de mentes: “la conciencia de la mirada del otro”. En este sentido, considera esencial el papel del liderazgo, pues sostiene que una composición social es siempre inferior a la suma de sus elementos, y sólo con el genio de un líder organizador llega a ser superior. No obstante, manifiesta abiertamente su desconfianza en las multitudes, atribuyéndole una “intolerancia prodigiosa y un origen grotesco”. Se refiere a ella como esa multitud que con la pérdida total del sentimiento, profiere gritos entusiastas de “viva” o “muerte”. Semejantes temores por las

muchedumbres manifiesta Le Bon, que escribe sobre el desvanecimiento de la conciencia en la multitud, el imperio de las emociones y el instinto.

Pero la verdadera deriva del estudio de la opinión pública se produce con la adopción de los principios de la nueva psicología experimental, con el desplazamiento metodológico que ello supondrá. El caso paradigmático de esta nueva perspectiva es la obra de Graham Wallas, escrita en 1908, que se centra en el estudio psicológico del comportamiento político individual, relativizando el papel de la inteligencia en la acción humana (Wallas, G. 1908: 25). Considera que las personas están “parasitadas” por instintos que minimizan la reflexión sobre las consecuencias de sus acciones. Esa imagen de la multitud intratable se encuentra en el origen de la deriva individualista y psicológica de la investigación social y de la metodología de las encuestas que más tarde se emplearían para tomar el pulso a la opinión pública.

A Principios del siglo XX los regímenes democráticos con sufragio universal¹ necesitaron instrumentos más sofisticados para investigar la opinión y controlarla. La apertura política que supuso la extensión del sufragio universal vino acompañada de la limitación por ley de las expresiones espontáneas de las masas, regulándose expresamente la manifestación y la reunión pública. La preocupación por las masas y su eventual imprevisibilidad, provocó la puesta en marcha todo un dispositivo de observación de la opinión pública y se crearon nuevas herramientas de investigación y sus correspondientes estrategias para intentar orientarla o dirigirla. Desde los años 30, el sistema de muestreo estadístico establecido en los Congresos Internacionales de Estadística desde 1924 y los avances de la psicología social, abrieron la posibilidad de la realización de interrogatorios administrados de forma atomizada y estadísticamente representativa para conocer la opinión de la población sobre una cuestión concreta con un pequeño margen de error.

El objetivo último era el control social, como rezan los documentos que tratan sobre el mecenazgo de la Fundación Conmemorativa Laura Spelman Rockefeller a la investigación social en Europa en los años 30. Se trataba de encontrar los medios e instrumentos para contribuir a mejorar el control social (Mazon, B. 1985: 311-342)

En las primeras décadas del siglo XX, la producción de bienes y servicios para el consumo de masas cambiarían profundamente los modos de vida, las pautas de consumo, la cultura, y también los sistemas políticos (Aglieta, M. 1986). Por otra parte,

¹ Universal debe interpretarse en sentido laxo, ya que en muchos casos se excluía a la población femenina.

el acceso masivo a los medios de comunicación, sobre todo la radio, darán otra dimensión a la comunicación comercial y la propaganda política.

Los trabajos de Eduard Bernays planteaban abiertamente la necesidad de manipular la opinión de las masas, como una herramienta necesaria de las democracias. Se abrían con ello las puertas para el uso generalizado de la psicología aplicada a la organización de la vida social, organizada como comunicación política y propaganda (Bernays, E. 1928: 9-10). Pero no será hasta la segunda Guerra Mundial cuando se ponga a punto una metodología científica específica para la investigación de la opinión pública y la elaboración de la propaganda.

Desde mediados de los años 20 se había comenzado a realizar mediciones de la opinión mediante instrumentos estadísticos. En 1931 la literatura sobre la medición de opiniones y actitudes es ya abundante y el número de estudios crecía cada año (Droba, D. 1931: 410-423)². Es en esa época cuando se perfilan los métodos de medición de actitudes y opinión de Thurstone, Allport y Bogardus, aún embrionarios, y apenas experimentados con un puñado de alumnos de la universidad. Pequeñas muestras sin pretensiones representativas sirven para poner a prueba las escalas de “ranking” sobre juicios acerca del radicalismo-conservadurismo, la prohibición del alcohol, el KuKlusKlan o la Corte suprema, de Allport, las escalas “self-rating” y de distancias percibidas sobre la iglesia o determinadas naciones, de Thurstone, o las de distancias sociales de Bogardus. Es en este contexto en el que se crean las encuestas de opinión y las electorales (surgidas y financiadas en los medios de comunicación), que alcanzan, precisamente por su difusión masiva, un papel relevante en el terreno político. Se legitima así un nuevo lenguaje que sirve para hablar de la opinión pública en términos apolíticos (Blondiaux, L. 1998: , pp 109).

El ejemplo más emblemático, que establece el paradigma del estudio de las opiniones en la segunda mitad del siglo XX lo encontramos en la publicación *Estudios de psicología social en la segunda guerra mundial*, dirigidos por Samuel Stouffer y publicados en 1949. En concreto el tercer volumen de la obra trata de los experimentos sobre comunicación de masas, donde se describe el método para la elaboración de películas cuyo fin es influir en la opinión, educando a las masas (Hovland, C. et al. 1949).

²En el artículo, que sólo quiere establecer una tipología y cita los diferentes métodos de medición de la opinión y las actitudes entre 1924 y 1930, se hace referencia a los tópicos de la prohibición del alcohol, las nacionalidades y las razas, la guerra y la política. Para una bibliografía más extensa, ver: Read Bain, “theory and measurement of attitudes and opinions”, *Psychological Bulletin*, XXVII, 1930, p. 357.

El estudio de la opinión pública, mediante encuestas y su publicación en la prensa, se consolidan y convierten a las encuestas en un objeto cotidiano incorporado totalmente a la vida social y política. Desde entonces se establece una relación indisoluble entre la metodología de las encuestas, la opinión pública, y la prensa periódica, modificando la tradicional relación entre los medios de comunicación impresos y la opinión pública. Los artículos de opinión conservan su carácter subjetivo y personal del autor, mientras que los datos de encuestas obtenidos con la nueva metodología aparecen investidos de la objetividad científica.

La financiación y el mecenazgo público y privado para la investigación en este campo no termina con la guerra, sino que se prolongará hasta entrados los años 60. Se pretendía que la publicación de las encuestas cumpliera el papel de agente democratizador³. La necesaria publicidad de esa opinión pública construida científicamente dependía además de la estructura de la comunicación social de masas. El modelo de producción de la imagen de opinión pública adecuada para el consumo de masas estaba basado en la comunicación vertical (un grupo reducido de emisores y un grupo muy nutrido de receptores) de los medios de comunicación tradicionales, la prensa, la radio y, más tarde, la televisión.

En esta estructura vertical de la comunicación el público, en general, queda relegado a una posición pasiva respecto a la formación y difusión de la opinión pública. Esto no significa que dejen de existir y circular las opiniones concretas, de las personas o los públicos, pues los medios más primarios de la conversación o el debate en ámbitos reducidos siempre han convivido con la forma codificada de los sondeos publicados en los medios de comunicación, pero éstos eclipsaban cualquier manifestación de la opinión, cuyo carácter público quedaba asociado al concepto operativo basado en la medición científica. Y en la práctica, esto suponía que las cuestiones relevantes planteadas por la opinión pública estaban contenidas en el cuestionario empleado para medirla o que las posibles respuestas quedan reflejadas en su lista de opciones de respuesta cerrada.

La identificación entre el sondeo de opinión y opinión pública se incorporó al paisaje político, naturalizándolo, de manera que hacía difícil pensar en una opinión pública sin el uso de la encuesta estadística a una muestra representativa mediante

³Desde 1934 la fundación Rockefeller financiará la mayor parte de los centros de investigación de ciencias sociales del período de entreguerras americanos y europeos. La fundación interviene en Europa con la financiación de ciertos programas de investigación, para superar el "retraso europeo" en ciencias sociales con criterios de "cientificidad" y obtención de "verdaderos métodos de control social".

cuestionario. La lógica de la representatividad estadística del método de los sondeos, connotaba la representatividad electoral de los sistemas políticos democráticos y la tradicional relación entre los medios de comunicación y el sistema de partidos. Pero el modelo, muy utilizado durante la guerra fría, parece no estar muy preparado para adaptarse a los radicales cambios en la forma en que se estructurarán los nuevos medios de comunicación en el cambio al siglo XXI.

2. LAS NUEVAS FORMAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

La democracia es a la vez la promesa de un régimen de igualdad e independencia, adecuado a las necesidades de la población y a la vez un problema cuando la realidad se aparta del ideal prometido (Rosanvallon, P. 2006). Por eso, cuando el gobierno incumple el compromiso adquirido en las urnas los mecanismos de control y vigilancia que ejerce la opinión pública, se ponen de manifiesto.

Si bien los sistemas electorales establecen la legitimidad de los gobiernos mediante el recuento de los votos y los procedimientos de asignación de representatividad a las instituciones de gobierno, la confianza en esos gobiernos constituidos sigue una lógica diferente y se manifiesta por otros conductos, más difusos que los procedimientos electorales, pero no por ello ajenos a la democracia. Además los ciudadanos, electores democráticos de los representantes, conservan siempre una posibilidad de censura que se manifiesta en la opinión pública. Se ha llamado a veces al control de la ciudadanía “tribuna”, “centinela”, “Vigilante” o “censor”, apelativos que nos recuerdan a nombres de periódico antiguos⁴, que no eran sino metáforas periodísticas de esa acción de la ciudadanía expresándose como opinión pública. Independientemente de la legitimidad dada por las urnas, la opinión pública, sin tener un soporte jurídico formal, supone un elemento esencial que otorga o retira la confianza, imprescindible para el gobierno democrático.

Es muy frecuente encontrar que en los estudios políticos contemporáneos, sobre todo desde el cambio de siglo, se abunda en destacar la erosión de la confianza en los políticos y las instituciones. Pero esa opinión crítica y vigilante ha estado siempre

⁴ Podemos encontrar en la Hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional de España cabeceras como *La Tribuna* (Valencia, 1840) *El Centinela* (Benissa-Alicante, 1901), *El Vigilante* Madrid, 1820) o *El Censor* (Madrid, 1781).

vinculada a un vehículo de comunicación, que sin negar la conversación o el contacto directo entre las personas permitía la circulación de las ideas y opiniones más allá del ámbito de las relaciones personales. El paradigma de la opinión pública estuvo durante mucho tiempo centrado en la voz de la prensa. En el siglo XIX, periodistas, políticos y pensadores distinguidos de la vida cultural, política, económica, se constituyeron en representantes de la opinión pública, pero como hemos señalado antes, esa representación se restringía a las publicaciones de una minoría limitada que se dirigía a una nutrida masa lectora.

Si las innovaciones producidas en las comunicaciones en el paso del siglo XIX al XX supusieron una verdadera revolución en el ámbito de la opinión pública, como señalaron Tarde (Tarde, G., 1986 [1901]: 137-138) o Holtzendorff (Holtzendorf, F. 2011 [1879]: 113), la posterior aparición y popularización del cine, la radio, la televisión y la metodología de los sondeos, inaugurarían un nuevo paradigma, de corte psicológico y orientado al control social, con la introducción la publicación de los sondeos de opinión en los medios de comunicación, durante el largo período dominado por la propaganda asociada a las guerras mundiales y la guerra fría. En el cambio del siglo XX al XXI, serán el uso de internet y las redes sociales, disponibles en todo tipo de dispositivos fijos y móviles al alcance de amplias capas de la población en todo el mundo, los que proporcionan un nuevo vehículo para la generación del debate, la comunicación de la opinión y la rápida difusión de las opiniones. Cada nuevo paradigma se construye sobre una nueva sociedad, utilizando nuevos soportes de comunicación e inscrito en una situación política sujeta a cambios radicales, pero no sustituye a los anteriores, sino que interactúa con ellos.

Desde comienzos del siglo XXI se ha visto un aumento preocupante la desconfianza en los gobiernos e instituciones, ha aumentado la abstención electoral y aumenta también el desafecto hacia los políticos⁵, pero ese fenómeno viene acompañado de la organización de la desconfianza. La tradicional voz crítica de la opinión pública se hace oír más fácilmente mediante las nuevas herramientas de comunicación, en detrimento del anterior oligopolio de los medios tradicionales de comunicación de masas. A menudo se ha interpretado este desafecto como síntoma de abandono de la democracia por parte de una parte de la población ajena a la política, que manifiesta una

⁵ En España podemos ver un reflejo crítico de dicho proceso en la demoscopia de los últimos años, como podemos ver en las encuestas del CIS. Decrece la intención de voto al tiempo que se deteriora la confianza en los políticos, hasta el punto de aparecer en las encuestas más recientes los políticos y la clase política como un problema de primer orden.

actitud de rechazo del sistema político que abre peligrosamente las puertas al populismo. Pero no es así necesariamente, ya que a la vez que desciende la participación en las urnas crece la expresión de ese descontento en otro tipo de acciones de índole político, como las manifestaciones y las protestas por diferentes vías de expresión. Un contrapoder informal que compensa la erosión de la confianza con la organización de la desconfianza. Pierre Rosanvallon nos propone el concepto de *contra-democracia* (Rosanvallon, P. 2006), que no quiere decir “contrario a la democracia”, sino otra forma de manifestarse la democracia, la de los poderes indirectos y diseminados en el cuerpo social. El autor lo presenta como una concurrencia de democracias.

A la “representación utópica” se opone una contestación permanente aunque difusa y exterior que ejerce presión sobre el poder. En situaciones críticas como la actual, el desafecto por la clase política y el abandono de las urnas viene acompañado de una mayor efervescencia social y una mayor actividad de esa contra-democracia, y en definitiva una mayor organización del rechazo y el descontento. En una situación crítica que trae consigo el desmantelamiento de lo público, del Estado de Bienestar construido durante el siglo XX, de aquello que legitimaba en gran parte el sistema democrático, provoca el rechazo de gran parte de la población.

La opinión pública se muestra especialmente activa en sus críticas. Las mayorías en la contra-democracia no se forman como en los partidos, se unen más fácilmente para rechazar que para afirmar algo⁶. Pero esa opinión pública se ve transformada por otras circunstancias, relacionadas con la manera en que se produce y comunica. El esquema tradicional de unos pocos emisores en situación de oligopolio y millones de receptores, y el de la auscultación mediante cuestionarios cerrados a muestras representativas, se rompe al superponerse otros medios que presentan una nueva estructura: millones de emisores y receptores interactuando entre sí y con los medios.

La opinión pública no puede ser ya la opinión de un número limitado de líderes de opinión, ni el resultado de un proceso técnico de auscultación o encuesta, sino que necesita cambiar de paradigma. La forma de gestación, tratamiento, difusión y estudio de la opinión pública cambia renovando también su función democrática. Ninguno de los modelos anteriores desaparece del todo, sino que convive e interactúa con los nuevos.

⁶ Ya en el siglo XIX, el jurista y estudioso de la opinión pública Holtzendorff, recordando a Blunshili afirma que “la opinión pública es más poderosa en la línea negativa de la resistencia contra la ejecución de determinadas acciones del gobierno que en la línea positiva de la imposición de sus exigencias”.

Transformaciones recientes en los medios de comunicación, se ven también afectados por la desconfianza. Por otra parte la crisis económica que provoca la reconversión del sector, al producirse expedientes de regulación de empleo en muchos medios de comunicación importantes⁷, hacen crecer las versiones digitales de los medios tradicionales y provocan la aparición de nuevos medios alternativos, algunos de ellos en forma de cooperativas de periodistas y lectores. La precarización del periodismo en algunos medios en crisis lleva también al descenso de la calidad informativa, cuando en aras de la inmediatez llega a sacrificar la clásica corroboración de las informaciones previa a su publicación (Serrano, P. 2013: 67-68).

Muchas personas han ido abandonado las emisoras de televisión o de radio que frecuentaban, o los periódicos que leían. Para ellos, los medios de comunicación tergiversan la realidad en beneficio de alguna instancia política, por afinidad ideológica, o cuestiones económicas, relacionadas con la propiedad del medio o para mantener la necesaria publicidad que lo financia. No es raro escuchar en una manifestación el grito coreado de ¡Televisión manipulación! que increpan a las cámaras de determinadas emisoras presentes en los actos.

3. LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN UN NUEVO ESCENARIO

Tarde se interesó por los nuevos medios de comunicación de su época y realizó un análisis histórico de algunos canales o situaciones de comunicación como la conversación, la prensa, el telégrafo o el teléfono, la relación entre ellos y su papel en la formación de los públicos y la opinión (Tarde. G. (1986) [1901]: 138). Un siglo después, debemos también prestar atención a la transformación de los medios y la medida en que puedan afectar a los modelos de la formación de la opinión pública vigentes. De forma mucho más radical que el telégrafo o el teléfono, internet ha irrumpido en el terreno de la comunicación de masas. No se trata sólo de que la comunicación para las masas de los medios tradicionales adopte un nuevo soporte, sino además de la comunicación directa entre las masas. Los medios y dispositivos se multiplican y abaratan de forma que la cantidad de personas conectadas por internet crece hasta convertirse en algo cotidiano y familiar.

⁷ Entre los medios que han sufrido reestructuración encontramos a ‘*El Mundo*’, ‘*La SER*’, ‘*El País*’, ‘*Expansión*’, ‘*Marca*’, ‘*EFE*’, ‘*Telemadrid*’, ‘*Canal 9* y un largo etcétera.

Partidos políticos, asociaciones, organizaciones empresariales y grupos de poder se vuelcan en un nuevo medio con posibilidades prometedoras, pero al mismo tiempo, los individuos y los pequeños grupos de interés, antes sin acceso directo para expresarse en los medios de comunicación, comienzan⁸ a participar en diferentes soportes de internet, sosteniendo sus opiniones de forma interactiva, debatiendo y expresando sus ideas, opinando sobre de todo tipo de cosas, en webs, blogs, redes sociales, chats, foros, manifestando su opinión desde el trabajo, el móvil o el hogar.

La comunicación horizontal que proporciona internet se produce instantáneamente y rompe las fronteras de los Estados. No sólo se multiplica el número de emisores y de receptores sino que aumenta el posible alcance de cada mensaje y permite visibilidad de las opiniones de las minorías.

Los medios tradicionales encuentran en internet una fuente más de información, como en el caso de los papeles de wikileaks vertidos en la red. También hallan en internet una nueva audiencia para la publicidad, medida, no ya en espectadores, oyentes, lectores o número de ejemplares, sino en *usuarios únicos* para un período, que desplazan el peso del mercado publicitario. Las versiones electrónicas de la prensa tradicional cobran cada vez más importancia respecto a las impresas. Aumenta el número de ciudadanos que pueden acceder a cada vez más información y estar más comunicados entre sí. Las informaciones y opiniones circulan, se contrastan y se debaten con más rapidez y llegan a más personas sin límites espaciales.

El estudio de la opinión pública no puede obviar esta revolución en las comunicaciones y debe salir de un modelo gestado para otro contexto político, económico y social. Ofrecer una imagen del contenido de las opiniones vertidas en las redes sociales resulta muy poco útil si no se establecen nuevas perspectivas metodológicas, nuevas categorías, nuevos conceptos, que vayan más allá de la distribución estadística expresada en porcentajes. Una pequeña red puede en poco tiempo alcanzar mucha relevancia o llegar a lugares muy alejados de su origen físico o social. La lógica de la analogía electoral que subyace al muestreo representativo de las encuestas tampoco es muy útil en este nuevo escenario, ni resulta fácil atribuir inequívocamente las variables de control para el análisis, sexo, edad, clase social, etc.,

⁸ La prensa periódica comienza a introducir sus versiones digitales en los primeros años del siglo XXI, pero el número es poco significativo hasta 2005. Algunos diarios abandonan su versión de papel para mantener sólo su versión digital, como An Arbor News, que abandona la edición impresa en 2009. Twitter existe desde 2006, y en ese mismo año Facebook deja de ser una red limitada al ámbito universitario para abrirse a todo el mundo.

ni aún la “unicidad” del usuario único si utiliza varios ordenadores y/o navegadores. El contexto comunicacional exige prestar especial atención a los contenidos, las propuestas, los argumentos del debate, difíciles de codificar, y clasificar para ser ofrecidos en forma de distribución estadística.

Las nuevas comunicaciones pueden servir como instrumento democrático, en la medida en que amplían la posibilidad de expresión de las opiniones de la ciudadanía, y la de participar en mayor número del ejercicio de vigilancia y crítica de la acción de los gobiernos o juicio a los abusos del poder, crítica que ostentaba la prensa desde el siglo XIX en nombre de la opinión pública. No se trata ya de medir simplemente los porcentajes de adhesión a una afirmación del cuestionario, sino de atender a la diversidad de opiniones concretas, ahora acompañadas de sus razones, argumentos y réplicas.

Por otra parte la posibilidad o viabilidad de la censura en internet y su pertinencia plantean nuevos retos. Dentro de los regímenes democráticos la censura es una opción poco viable políticamente, pero hasta en los regímenes no democráticos la censura es técnicamente muy difícil. La hiper-conexión de la ciudadanía atraviesa las fronteras y se producen movimientos sociales y de opinión difícilmente controlables por las instituciones, los partidos o los gobiernos. Por ejemplo, las protestas contra la guerra de Irak marcaron una tendencia. La propaganda mediática sobre las armas de destrucción masiva se enfrentó a un rechazo generalizado, que tuvo en internet un soporte fundamental para el debate y el escepticismo y la movilización social. En pocas horas se consiguieron convocar protestas con movilizaciones sincronizadas en diferentes países.

Internet no acaba con las formas de propaganda o publicidad tradicionales, o los intentos de control, pero las obliga a enfrentarse a la globalidad. La propaganda se hace menos sólida y sus mensajes estructurados se diluyen en lo discutible, dentro de un contexto de comunicación horizontal inmediata. El esquema de la encuesta estadística y la propaganda tradicionales han de ceder el paso a otras prácticas, como el análisis de los contenidos de las opiniones vertidas y los debates que generan. Las prácticas de comunicación institucionales se encuentran con un debate abierto, difícil de abarcar desde la perspectiva tradicional del mundo empresarial, el político y el comunicativo.

Varios ejemplos recientes muestran las posibilidades de información, expresión, debate y acción que permite internet. La resistencia a medidas legales como la Ley Sinde o el canon digital encontraron en internet un encendido debate paralelo al

parlamentario. Las protestas organizadas, las recogidas de firmas para una causa, se multiplican y surgen ciertas formas de ciberactivismo. En algunas ocasiones se organizaron ataques a webs de instituciones que lesionaban la libertad de información, como ocurrió en la primavera árabe de 2011. En las redes se invitaba a participar en ataques de “denegación de servicio” a las web institucionales, basados en el colapso temporal de los servidores por exceso de peticiones de acceso de los usuarios.

Las protestas de los trabajadores textiles del delta del Nilo por motivos económicos, aunadas a las protestas juveniles de contenido más político alcanzaron mediante su presencia en la red una forma de organización y convocatoria. El debate social posterior acentuó el aspecto político y el ámbito de la protesta, en la que el uso de internet resultó ser esencial para la información, la convocatoria y la obtención del apoyo internacional.

Durante el último discurso de Mubarak en la TV, los manifestantes congregados en la plaza de Tahrir estaban mostrando su descontento zapato en mano y antes de que terminara la comparecencia ya comenzaron a enviarse consignas para marchar hacia el palacio presidencial. Y desde cualquier parte del mundo veíamos en *livestream*⁹ esas maniobras en tiempo real, o nos podíamos enterar mediante los mensajes y las fotos colgados de twitter o facebook. En muchos casos directamente, desde un particular a otros muchos particulares dispersos. Los intentos de censura por parte del gobierno egipcio no lograron impedir que las opiniones circularan sin demasiadas trabas (como los mensajes de voz desviados a teléfonos internacionales que eran volcados inmediatamente a las redes sociales en forma de texto y de audio).

El ciudadano interesado en el desastre nuclear de Fukushima, desconfiando de la versión ofrecida por la empresa de la central nuclear a través de los medios, pudo encontrar en internet información muy diversa que recogía no sólo noticias, sino también debates e información, sobre la sostenibilidad de las centrales, los combustibles o los residuos, en fuentes diferentes a los medios de comunicación tradicionales. Las personas interesadas pudieron optar por informarse en otras fuentes que no tuvieran anunciantes comprometidos con el sector, en busca de una opinión independiente, y a continuación manifestar su propia opinión en la red. Recientemente hemos podido seguir en imágenes los conflictos del parque Gezy de Istanbul en directo, pero no necesariamente a partir de las imágenes de medios de comunicación tradicionales, sino

⁹ Imágenes en directo emitidas por internet.

con las cámaras de un *dron* portado por los manifestantes que sobrevolaba a pocos metros de altura los centenares de barricadas.

Los movimientos sociales como el 15-M y Occupy Wall Street, son ejemplos de convocatorias de manifestación pública, de expresión de opiniones¹⁰, y de comunicación que utilizan como soporte la web y las redes sociales. Son movimientos y formas de expresión que ponen en evidencia las limitaciones de la mirada del individualismo metodológico. La ciudadanía que participa en estos movimientos no está atomizada, sino que consigue organizarse de forma espontánea y sin un liderato definido. En España el 15M es el movimiento social más destacado desde la transición democrática (Adell, R., 2011: 141-170), un reflejo de la insatisfacción con el funcionamiento del sistema democrático, del sentimiento de lejanía de las instituciones, de los políticos, y del déficit de confianza.

Algunas encuestas han tratado de dar respuesta a preguntas como cuántos son, qué porcentaje suponen sobre la población, también por su distribución por edades, sexo, ocupación o nivel de estudios y la relación entre todas esas variables. Pero no nos dicen demasiado del sentido político del movimiento. Otra cosa muy distinta es preguntarse por los objetos de los debates, los argumentos, los manifiestos que se publican, las protestas que se convocan y sus motivos y, por último, la transcendencia política de todo ello. Una mirada al movimiento Occupy Wall Street y las webs que mantiene nos da una idea de las dimensiones de la tarea y las complejidades de los posibles análisis de los contenidos, pero también de la riqueza y la diversidad de opiniones vertidas en la red y la cantidad de informaciones multimedia disponible sobre los actos públicos y protestas ciudadanas desarrolladas.

Los estudiosos de la política, el mercado o la opinión pública miran hacia a la red. La nueva investigación de mercados emplea cookies de rastreo situados en los ordenadores de los internautas. Las más importantes empresas de investigación de mercados ofrecen servicios basados en ese sistema de rastreo o *scraping*. Tanto las empresas de investigación tradicionales, como los sociólogos, politólogos, psicólogos y antropólogos, encuentran un nuevo objeto de análisis en los textos y las comunicaciones que se producen en internet (Blogs, webs, Chats, foros, redes sociales, etc.). En algunas ocasiones utilizan la observación participante y los investigadores trabajan

¹⁰ En el caso de Nueva York, mediante altavoces humanos, al estar prohibido el uso de megáfonos, los asistentes repiten en voz alta cada frase del orador para que llegue a los más alejados, pero al mismo tiempo son transmitidas en directo a todo el mundo.

interactuando. Otras veces se emplea el scraping¹¹ y archivado automático de sus contenidos para el análisis posterior. El material discursivo producido en situaciones reales de comunicación proporciona una información cualitativa muy rica, que llega más allá de la opinión codificada.

Las encuestas mediante cuestionarios codificados han visto modificado su ámbito de acción en el terreno de la opinión pública. Tal vez aquella metodología inspirada en el control social de masas intratables, deba dejar paso a otras metodologías orientadas no al control sino a la mejora de la democracia, devolver a la sociedad el reflejo de una opinión pública viva, activa, recuperando en interés por la política y el debate, animando a la participación ciudadana en la vida política y haciéndola por tanto más democrática.

El ideal de la soberanía del pueblo se enfrenta a una sociedad de individuos en la que las instituciones depositarias de la legitimidad en las urnas necesitan completarla mediante la confianza. El aval de los votos depende del cumplimiento de las promesas electorales, el juicio a los abusos o la corrupción, y en la medida en que la opinión pública ejerza como contrapoder vigilante de la acción de los electos sobre el gobierno, se perfecciona el sistema político. No se puede renunciar al papel político de la opinión pública, por lo que se requieren de nuevas aproximaciones metodológicas que den cuenta de los nuevos foros de debate y las redes creadas por los participantes. Para acercarse al estudio de la opinión pública en la nueva situación no basta con el conocimiento de la distribución de frecuencias de las preguntas del test y las relaciones entre las variables de un modelo cerrado, sino que es necesario abrir la perspectiva a las nuevas tendencias de renovación democrática incorporando en el diseño de la investigación las nuevas formas de expresión y comunicación, y atendiendo a la multiplicación de plataformas.

Entre las nuevas tecnologías podemos ver muchas perspectivas, que van desde el análisis de la topología de las redes, el uso de software de barrido que analiza el contenidos redes, pero gran parte de la investigación tiene objetivos comerciales. Los medios de comunicación también utilizan el scraping en la web buscando el impacto y alcance de las noticias. No obstante surgen proyectos de investigación interesados en la opinión pública como agente político. El reto metodológico supondrá una alternativa a

¹¹ Existen diversos programas de software comercial y gratuito capaces de navegar automáticamente, reunir, archivar en bases de datos, presentar gráficamente, etc., datos de internet según búsquedas programadas, utilizando palabras clave o contenidos, y que en pocas horas pueden conseguir miles de datos dispuestos para el análisis.

los estudios centrados en el individuo y supondrá una apertura al papel de las comunicaciones globales en situaciones reales de interacción. Los cambios en la opinión pública, su forma de producirse y comunicarse debe tener también su correlato en el campo político planteando al mismo tiempo retos en cuanto a su papel en las democracias modernas. Las cibercampañas políticas son un hecho, y el empleo de las redes sociales cambia el papel de la prensa de referencia en las comunicaciones de los partidos. Twitter se plantea como una nueva herramienta para el análisis de la comunicación política en las campañas electorales, mediante el seguimiento de los tuits y el análisis de los temas vertidos por los políticos, partidos y los medios, acerca de la campaña electoral (Castromil, A., 2013, 167-177).

4. EL EMPLEO DE LAS REDES SOCIALES, TWITTER, POR EJEMPLO

El sondeo del CIS de Marzo de 2013 preguntaba a los encuestados por el medio que empleaba para informarse, y la televisión seguía siendo la opción mayoritaria (57%), pero la prensa impresa (9%) perdía terreno frente a su versión digital (12%) y sólo una pequeña parte de los encuestados decía utilizar las redes sociales o los blogs (4%). Sin embargo las relaciones entre los medios tradicionales y las redes sociales son complejas. Como ocurrió con la aparición de otros medios de comunicación en el pasado no sustituyen a los anteriores sino que se alimentan unos a otros. Es muy frecuente ver en la TV o escuchar en la radio referencias a las comunicaciones más frecuentes en las redes sociales, el trending topic de twitter o las informaciones volcadas en la red por grupos de ciberactivistas. Los microblogs de twitter, son el paradigma de la comunicación instantánea que permite crear y divulgar opiniones, mantener conversaciones o convocar actos, aunque sea en un formato muy específico que algunos autores han criticado como la *jibarización* de las comunicaciones (Serrano, P. 2013). Pero la limitación de los 140 caracteres que impone el formato se compensa con la introducción de enlaces a otros medios. En los mensajes de Twitter se enlaza con mucha frecuencia a la prensa diaria, de manera que el usuario de la red, visita páginas de diarios digitales que de otra forma no compraría en el kiosco ni leería en internet. Además se produce una lectura de la prensa colectiva, pues los enlaces van acompañados de comentarios, críticas o recomendaciones. Y los mensajes muchas veces son como titulares que animan a visitar determinados artículos, fotos o videos.

5. LA INVESTIGACIÓN EN LAS REDES SOCIALES Y OTROS MATERIALES

Algunas de las investigaciones sobre las redes sociales en internet están muy centradas en la estructura y topología de las redes a partir de los re-tuits, observando quién retuitea a quién. No sólo se mide la repercusión de las noticias o la eficacia de las campañas, utilizando el scraping y las sofisticadas representaciones de grafos basados en la geoposición a partir de los datos generados por los robots y servidores. También se trabaja sobre los contenidos.

Pero hay otro tipo de investigación más accesible, sin el recurso a sofisticados recursos informáticos, y más orientada al conocimiento de la opinión pública en las “conversaciones” reales de personas (e instituciones interactuando). La información de las redes como twitter o Facebook permanecen el tiempo. No es necesario mantener una relación sincrónica con la red para investigar el contenido, de manera que podemos buscar lo que se publicó en el pasado. Por ejemplo: la celebración del día de la constitución española el 6 de diciembre generó muchas entradas en las redes sociales. Todos los partidos colgaban mensajes en las redes sociales o páginas web institucionales, que eran seguidas por los internautas. En twitter podemos observar una serie de hashtag relacionados con la ocasión, si tecleamos juntos los hashtag #6D y #constitución en la casilla de búsqueda, obtenemos los tuits de las fechas próximas al 6 de diciembre, cuando se escribieron: los de los partidos, los de particulares que celebraban la fiesta y los de aquellos que criticaban duramente la reforma del artículo 135, de los cuales se reproduce a continuación una pequeñísima muestra:

Hoy también se celebra el artículo 135 de la Constitución. Ese que nos esclaviza a la deuda y que el Ppsoe nos impuso. Feliz día!

El día de la Constitución, buen momento para reflexionar sobre la distancia entre la Constitución formal y la material. Y pillarse un rebote

¿Qué celebran quienes dicen Feliz Día de la Constitución, ¿que existe un papel con un montón de derechos incumplidos?

¿y que nos vais a contar como la ha cambiado/manipulado Zapatero para favorecer a los Mercados y bancos mafiosos?

Estar despierto a estas horas en el Día de la Constitución tiene que ser de todo menos constitucional.

Rajoy y Rubalcaba celebran el día de la Constitución no aceptando preguntas de los periodistas

Más allá: No hubo ninguna mujer entre los ponentes de la Constitución. Ni una sola.

Los ciudadanos asumen su responsabilidad histórica con #España

¡Viva España! #EspañaSomosTodos

Un dos tres... responde otra vez: ¿Qué artículos de la Constitución crees que no se cumplen o están obsoletos?

Os invitamos a leer nuestro manifiesto con motivo del Día de la Constitución

La Policía Nacional. Misión: "proteger el libre ejercicio de dchos y libertades y garantizar la seguridad ciudadana"Art.104 CE #Constitución

Muchos de estos contenían enlaces a contenidos, otros daban lugar a conversaciones entre varios usuarios, otros eran retuiteados y vistos por seguidores que no lo eran del usuario que los puso. Las formas de búsqueda son muy variadas combinando temas o hashtag con usuarios o fechas. Los ejemplos que presento son sólo para mostrar la complejidad y riqueza de los contenidos susceptibles de ser estudiados.

6. CONCLUSIONES

El análisis de los comentarios de los microblogs de twitter permite hacer un análisis textual muy interesante, pero también relacionarlo con las conversaciones, los retuits, los enlaces a blogs, páginas web, fotografías, videos, etc. Nos enfrentamos a un verdadero reto metodológico que consiste en la investigación de la opinión pública a partir de contenidos reales de ciudadanos comunicándose, sin olvidar los partidos, instituciones, asociaciones, o medios, pero centrados en las comunicaciones entre las personas. Para un análisis profundo de la opinión pública es necesario complementar las investigaciones basadas en el número de seguidores o las rutas seguidas, sujetas a las limitaciones de la necesaria codificación para el tratamiento masivo de la información obtenida con el scraping. Se hace necesario un análisis textual más centrado en la búsqueda del sentido de los textos, más sensible a las connotaciones, las metáforas o el contenido humorístico. La mirada que propongo es laboriosa y artesanal, trabajando sobre significados y motivaciones no siempre explícitas o conscientes, y con el punto de mira puesto en la mejora de la calidad democrática.

BIBLIOGRAFÍA

ADELL, R. (2011), “La movilización de los indignados del 15-M. Aportaciones desde la sociología de la protesta”, *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, nº 38. Noviembre, pp. 141-170.

AGLIETTA, M. (1986), *Regulación y crisis del capitalismo*, Madrid, Siglo XXI.

BERNAYS, E. (1928), *Propaganda*, New York, Liveright Publishing Corp., pp. 9-10.

BLONDIAUX, L. (1998), *La fabrique de l'opinion*, Editions du Seuil, Paris.

CASTROMIL, A. (2013), “Continuidad y cambio en la cobertura de una campaña electoral: de la prensa de referencia a twitter en las elecciones del 20N”, *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas*, Valencia, Tirant Humanidades. pp. 147-180.

DROBA, D. (1931), “Methods used for measuring public opinion”, *The American Journal of Sociology*, nov., vol. 37, issue 3, pp. 410-423.

HOLTZENDORFF, F. (2012) [1879], *Esencia y valor de la opinión pública*, en G. Capellán de Miguel (Ed.), *acOPos (Análisis de Conceptos Políticos y Sociales)*, Santander.

HOVLAND, C., LUMSDAINE, A., SHEFFIELD, F. (1949), *Experiments on mass communication. (Studies in social psychology in World War II, Vol. 3.)* Princeton, Princeton University Press.

MAZON, B. (1985), « La fondation Rockefeller et les sciences sociales en France 1925-1940 », *Revue française de sociologie*, XXVI, pp. 311-342.

ROSANVALLON, P. (2006), *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la d'éfiance*, Paris, Ed. Seuil.

SERRANO, P. (2013), *La comunicación jibarizada. Cómo la tecnología ha cambiado nuestras mentes*. Barcelona, Ed. Península.

TARDE, G. (1986) [1901], *La opinión y la multitud*, Madrid, Taurus.

TOCQUEVILLE, A. (1989) [1835], *De la democracia en América*, Madrid, Aguilar.

WALLAS, G. (1916), *Human nature in politics*, Boston, Houghton Mifflin Company. Texto disponible en internet:

http://www.archive.org/stream/cu31924030491181/cu31924030491181_djvu.txt

MÁS ALLÁ DE LOS SONDEOS: HACIA UN ESTUDIO DISCURSIVO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Beatriz Mañas Ramírez

1. OPINIÓN PÚBLICA: UNA HISTORIA EN CONSTRUCCIÓN

Tal vez el único consenso que sobre la noción de opinión pública ha logrado permanecer en el tiempo sea su carácter abierto y multidimensional. Un concepto cuya trayectoria, todavía en construcción, ocupa igualmente un lugar central en el debate político contemporáneo. La noción perdura, pero sus dimensiones se han ido modificando: el *concepto* adquiere distintas significaciones, los *temas* de la opinión se reactualizan aun subsistiendo una constante política, el *referente social* -el “público”- va incluyendo o excluyendo distintos colectivos que modifican su estatuto político, y se modifican, en definitiva, sus *mecanismos de expresión*.

El desarrollo de una investigación social implica utilizar, de entre todos los métodos y técnicas disponibles, los más *adecuados* para abordar la especificidad del fenómeno a estudiar. Pero también es interesante observar si esos métodos y sus dinámicas pueden influir en la delimitación de una determinada imagen o definición de los conceptos que trabajamos. En este sentido, el caso de “la opinión pública” merece especial atención, pues su histórica inestabilidad conceptual contrasta con la fijación metodológica adquirida a lo largo del siglo XX: en buena medida hemos terminado por representar colectivamente la opinión pública como el *producto de los sondeos*. Un proceso de investigación-divulgación que, debido en gran parte al papel ejercido por los medios de comunicación de masas, se entiende también como una clara sucesión de

etapas: “recolección de opiniones” a través de las encuestas¹, tratamiento estadístico de los datos en “la cocina”, y “difusión de los resultados” en los medios. El recurso a otros métodos de investigación es prácticamente desconocido para los ciudadanos no especializados, y otros canales de expresión y registro de opiniones capaces de generar debate social, tales como los intercambios comunicativos que fluyen con el desarrollo de las redes y los foros sociales², no se perciben como elementos que permitan generar un estudio “científico” de la opinión pública. La vinculación existente, además, entre la intención de publicar datos de opinión como realidad “certificada” y el hecho de que esos datos, si proceden de encuestas, se centren en temáticas sumamente restringidas -la intención de voto, la valoración de líderes políticos y, como mucho, la clásica pregunta de los barómetros del CIS acerca del problema que más preocupa coyunturalmente a los españoles-, contribuye a crear una imagen muy simplificada e instrumental del concepto de opinión, y una percepción sesgada sobre las posibilidades de un estudio serio de la opinión pública que pueda ir más allá de los logros obtenidos por los sondeos.

El propósito de este texto será profundizar en la aparente obviedad de la relación *opinión pública-sondeos*, explorando “qué queda” del concepto de opinión pública más allá de su relación con el dispositivo que, desde los años treinta del siglo XX, primero en Estados Unidos y luego en Europa, se ha consolidado como aquel “apropiado para su estudio”. Igualmente plantearemos una posible apertura metodológica en la investigación de la opinión desde una perspectiva cualitativa; un enfoque que sólo es posible desde una re-conceptualización de la opinión pública hacia dimensiones discursivas.

¹ Utilizaré indistintamente el término “encuesta” o “sondeo” para referirme a la técnica de estudio de la opinión pública basada en la administración de un cuestionario precodificado a una muestra de sujetos con el fin de inferir sus resultados, a través de procedimientos estadísticos, al conjunto de la población.

² En este sentido, la influencia de los intercambios discursivos difundidos a través de foros y redes sociales en internet sobre los importantes acontecimientos de expresión pública de la protesta que en los últimos años han tenido lugar en diversos países del mundo árabe, así como en la generación del movimiento “15-M” en nuestro país, sugiere un interesante y prometedor campo de investigación sobre las dinámicas y mecanismos de expresión y difusión de la opinión pública.

2. LOS LÍMITES DE LA OPINIÓN PÚBLICA COMO “DATO AGREGADO”

Como ha señalado A. Ortí, cada nivel de la realidad social debe abordarse desde un determinado enfoque o modelo metodológico que le es pertinente³ (Ortí, 1993). Es destacable que la encuesta estadística, como técnica de investigación cuyo funcionamiento, por su propia naturaleza y por el enfoque cuantitativo que la preside, se acerca con mayor facilidad al estudio de “hechos”, de situaciones “fácticas” en el sentido de “objetivables” y “manifiestas”, vaya primordialmente unida en el imaginario colectivo al estudio de “opiniones”. La lógica implícita en la utilización de encuestas estadísticas con cuestionario precodificado es la de cuantificar fenómenos sociales observando su regularidad, asumiendo que para observar tal regularidad, se puede establecer una medición del grado de repetición que dichos fenómenos presentan en la sociedad. Por tanto, no cabe duda de que la encuesta es un instrumento muy útil para la investigación social, por su capacidad de dar cuenta de la “extensión” de «*lo que acontece y se hace*», *en cuanto se manifiesta “objetivamente”*» como «*fenómenos exteriores, independientes (supuestamente) de la conciencia de los sujetos*»⁴ (Ortí, 1993:164). Si consideramos, por tanto, que la realidad social es multidimensional y que no todas las dimensiones de interés sociológico se encuentran en el mismo plano de exterioridad y objetivación, parece obvio que la utilidad de la encuesta sería mucho mayor para establecer, por ejemplo, una ratio sobre la “cantidad de hogares españoles que disponen de conexión a internet” que para cuantificar la “opinión de los españoles respecto a las vías de participación política”.

Sin embargo, desde la Segunda Guerra Mundial parecería que las encuestas encuentran su razón de ser en el estudio de la opinión pública; podemos decir que

³ Ortí distingue tres niveles constituyentes de la realidad social, que se mueven desde lo más manifiesto o consciente hasta lo más profundo o inconsciente: el nivel de los “hechos”, el nivel de los “discursos” y el nivel de las “motivaciones”. Para su abordaje desde la investigación social, el autor distingue tres respectivos enfoques metodológicos: el “modelo estadístico”, el “modelo lingüístico” y los “modelos heurísticos”. La articulación de estas relaciones queda reflejada en uno de los didácticos esquemas del autor: véase Ortí (1993:165).

⁴ Las encuestas que realiza el INE ordinariamente, tales como la EPA, la Encuesta de Presupuestos Familiares o la Encuesta de Ocupación Hotelera, plantearían sus objetivos de investigación dentro del nivel de los “hechos”, abordando la distribución de distintos fenómenos socioeconómicos entre la población. Otra cuestión es, como siempre que se cuantifica un fenómeno, saber cómo se ha operacionalizado el concepto, es decir, cómo se ha definido teóricamente el fenómeno cuya distribución social se mide numéricamente. Como señala L. E. Alonso (1998:59) “*la medición en sociedad no es una recogida de unos datos objetivos que son externos al investigador social con un aparato de medida neutro y universal, sino que las medidas se producen y son reflejo de la propia posición del sujeto que mide en la sociedad en que se encuentra*”.

deben, cuando menos, gran parte de su fama -sea para bien o para mal- a la vinculación con el estudio de la opinión pública. Como veremos, este objeto de investigación desborda el nivel de los “hechos constatables”, y tiene un contenido mucho más ligado a las configuraciones culturales e ideológicas existentes en un determinado momento histórico. En efecto, la comprensión del punto de vista de los sujetos tiene una complejidad de la cual la encuesta difícilmente puede dar cuenta si no es de un modo muy superficial.

El supuesto implícito en esa forma de concebir la opinión pública que legitima la encuesta como técnica de investigación parte, como es sabido, de la psicología social. Así, en el *Diccionario general de Ciencias Humanas*⁵ los psicólogos sociales Thinès y Lempereur consideran la *opinión* como un juicio que se hace *explícitamente* sobre un objeto, una persona, una situación, un grupo, etc. (Alonso 1998: 39); al asumir que las opiniones son siempre *conscientes*, pueden considerarse como verbalizaciones inequívocas, formalizables y cuantificables mediante una precodificación o postcodificación. Se trata de una conceptualización que se ajusta bien al enfoque cuantitativo del que venimos hablando: la “opinión pública resultante” procedería del registro y cuantificación de expresiones conscientes de comportamientos, que pueden tratarse estadísticamente.

¿Qué supone en realidad este modelo? Teniendo en cuenta que la base práctica para el registro de “opiniones” individuales es un cuestionario de estructura cerrada, con preguntas fijadas de antemano y con opciones de respuesta también fijas y precodificadas sobre un objeto susceptible de generar apreciaciones o valoraciones, no existe realmente la *expresión de una opinión* por parte de las personas entrevistadas, sino la adhesión a unos ítem planteados en el cuestionario que no consisten sino en una formulación de “las problemáticas sociales” por parte del equipo investigador o de la institución que encarga el estudio. Como señala M. Brugidou (2010) las opiniones quedan descontextualizadas de las situaciones -los individuos respondientes se toman aisladamente- y se objetivan por un dispositivo de encuesta donde el formato de pregunta-respuesta estandarizada se espera sea recibido de la misma forma por todo el mundo. Se hace equivalente lo que, en realidad, está lleno de matices y elementos difícilmente estandarizables.

⁵ Thinès, G. y Lempereur, A. (1978), *Diccionario general de ciencias humanas*. Madrid: Cátedra. Citado por Alonso (1998:39).

En todo caso, lo que podemos obtener con la realización sistemática de sondeos de opinión es la comprobación de las cuestiones de actualidad que alcanzan un mayor grado de popularidad en la agenda. Es decir, en la medida en que el tándem “*sondeos-información publicada en los medios*” es bastante productivo y se alimenta sistemáticamente, las opiniones resultantes constituirían una medida de la adhesión de los sujetos a los acontecimientos más mediáticos de la actualidad. Los sondeos registrarían -de una forma agregada- las reacciones del público ante los estímulos que suponen los mensajes emitidos por los medios de comunicación. Esta conceptualización de las opiniones como verbalizaciones registradas a través de la adhesión a unas opciones de respuesta cerradas y acotadas, “entraña una valoración superficial” -podría decirse incluso que “fácilmente manipulable”⁶- de un fenómeno que tiene una dimensión más profunda y colectiva. Esta noción de opinión pública dificulta la comprensión del proceso de formación de los discursos sociales, que constituyen el soporte de los puntos de vista de los sujetos sobre los acontecimientos que les rodean, y tampoco permite conocer la estructuración de esas opiniones entre las distintas posiciones de la sociedad. Por tanto, no parece que la encuesta estadística, sin complementarse con otros enfoques, sea capaz de analizar adecuadamente aquellos fenómenos que, como la opinión, impliquen un proceso de formación colectiva; un proceso donde los discursos como “materia prima” para el análisis permiten obtener información para comprender la interpretación de los sujetos acerca del mundo en que viven.

3. EL SUSTRATO DISCURSIVO DE LA OPINIÓN

La reflexión sobre un concepto *discursivo* de la opinión pública implica tomar distancia de la visión individualista del “público” que emerge de los sondeos: una suma de individuos de los que puede observarse una serie de regularidades, susceptibles de ser reveladas y registradas a través de procedimientos estandarizados de medida. Señalaba Ibáñez (1986:114) que en este proceso de producción de datos, los sujetos individuales -que supuestamente conforman el público portador de la opinión- son tratados teóricamente como “cosas” por razones de operatividad práctica. Se llega

⁶ En palabras de M. Ortí, cuyas argumentaciones son recogidas en Vallejos et al. (2007:15-77)

entonces a una situación que dista del objetivo democratizador con el que se legitimó la encuesta de opinión tras la Segunda Guerra Mundial: los distintos actores sociales, los sujetos individuales y colectivos, dejan de enunciar su propia voz, siendo esta “representada” -reemplazada- por los enunciados estereotipados previamente fijados en un cuestionario cerrado.

El “público” unidad de análisis de la encuesta, aunque simbólicamente constituya la metáfora que engloba a los ciudadanos con derechos y obligaciones, no llegará, en la realidad práctica, a considerarse un *sujeto colectivo*, pues la muestra estadística de la que se nutre la encuesta selecciona individuos aislados, separados espacio-temporalmente, que previsiblemente no tendrán ocasión de relacionarse. Cuando el sujeto de opinión es desgajado de su contexto existencial, la investigación de la opinión pública sólo puede asumir la producción de opiniones “en serie”⁷. Es importante, por tanto, incorporar la noción de “colectivo” en el debate, pues remite a contextos existenciales y discursos sociales compartidos que, a su vez, pueden ser diferentes entre ellos según la posición ocupada en la sociedad. Tomando como ejemplo la clásica pregunta que sistemáticamente aparece en los barómetros del CIS acerca del problema que preocupa más al entrevistado respecto a la situación del país⁸, es posible que muchos de los sujetos, ofreciendo la misma respuesta -por ejemplo “la crisis económica”, “el paro”, “los políticos”, “la corrupción”, “el terrorismo”, etc.- tengan de hecho una representación muy distinta de dichos problemas y de sus posibles soluciones. La mera agregación de todos los individuos que han señalado alguno de esos problemas no posibilita la comprensión de los motivos por los cuales esa respuesta ha sido elegida. Para comprender realmente por qué un individuo puede ofrecer determinada respuesta a un cuestionario es preciso analizar el discurso social que emerge de la posición y situación social del individuo, como parte de un colectivo. En investigación social no interesan tanto las enunciaciones individualizadas como los discursos sociales. Discursos que, al relacionarse con la forma en que está estructurada la sociedad, no circulan en cantidad ilimitada. Todo discurso individual está, en realidad, inserto en un marco interpretativo más general a través del cual cobra su

⁷ En este sentido, señala P. Beaud que lo que el sondeo de opinión mediría realmente es el proceso de “serialización” del individuo (Beaud y Quere, 1990:47).

⁸ A diferencia de la mayoría de las preguntas que aparecen en los cuestionarios del CIS, esta es una pregunta donde la respuesta se deja “abierta”, de tal forma que el encuestador debe anotar la literalidad de las palabras de la persona encuestada. La codificación de las respuestas se realizará en un momento posterior por el personal encargado del plan de codificación, una vez se hayan leído todas las respuestas ofrecidas por los sujetos que han participado en la muestra.

sentido. “Abrir” la opinión hacia una consideración discursiva supone contemplar la articulación existente entre tres elementos: el *sujeto colectivo* portador de opinión, las variables que definen el contexto social de ese sujeto colectivo y que determinan *su posición y relaciones* en la sociedad, y la materia prima a través de la cual es posible enunciar y comprender la formación socio-histórica de la opinión: el *discurso* que emerge de ese colectivo en su contexto.

A pesar de la habitual imagen de las opiniones como manifestaciones de instancias que se originan en el interior de la psique individual (creencias, deseos, actitudes personales), la formación de la opinión es un proceso más social que psicológico, que tiene lugar, no tanto en el interior de los individuos como *entre ellos*. Se trata, más bien, de un proceso intersubjetivo en el que el sujeto colectivo comparte una situación que da lugar a la existencia de un mundo de sentido también compartido. Cada individuo constituye una coordenada espacio-temporal, con concreción histórica, que está condicionada socialmente. Por tanto, la formación de opiniones no se hace en el vacío social, sino que el sujeto de opinión interpreta y aprehende el fenómeno que va a evaluar a partir de la perspectiva de una posición social determinada, que está a su vez mediada por distintos tipos de relaciones, movilizaciones, redes, grupos⁹, etc. Las distintas posiciones sociales y, por tanto, los colectivos por ellas definidos, dan lugar a *representaciones* que funcionan como generadoras de discursos, a través de los cuales, esos colectivos producen una explicación global y comprensible de los fenómenos que les afectan (Ibáñez, 1986: 21). Los *discursos sociales*, que nos sitúan en la esfera de lo simbólico, articulan a través del código de la lengua esas representaciones de la realidad, esas imágenes o visiones del mundo influidas por el lugar que cada grupo ocupa en la sociedad. Ciertamente, la tradición de la investigación social cualitativa prioriza el concepto de “*representación social*”, entendiendo por la misma:

«...un sistema de valores, ideas y prácticas que cumplen unan doble función. Primero establece un orden que permite a los individuos orientarse en su mundo social y “aprenderlo” y segundo, facilita la comunicación entre los medios de una comunidad, proporcionándoles los códigos para nombrar y clasificar los diversos aspectos del mundo, así como su historia individual» (Alonso, 1998:25).

El énfasis en tal concepto no impide sostener que la naturaleza colectiva y social de la formación de la opinión pública encuentra mayores simetrías con la

⁹ Interesante resulta, en este sentido, la capacidad de las redes sociales desarrolladas con las tecnologías de la información y comunicación para generar, a través de los discursos diseminados-compartidos, nuevas relaciones e influencias en las distintas posiciones sociales.

realidad simbólica de las representaciones sociales que con una supuesta génesis intrapsíquica relativamente aislada de lo social¹⁰. Con ello no queremos decir que no existan deseos y motivaciones profundas en cada uno de los individuos, sino que su origen puede encontrarse en lo social. Retomando la clasificación sobre los niveles de la realidad de A. Ortí (1993:165), podemos situar la opinión pública dentro del “nivel de los discursos”, atendiendo a su naturaleza esencialmente simbólica y, por tanto, discursiva. Así, las representaciones y visiones del mundo de los distintos colectivos sociales, entre las cuales se encuentra la opinión de los sujetos acerca de lo que acontece a su alrededor, se materializan en una serie de posiciones discursivas cuya significación concreta sólo puede comprenderse desde la perspectiva cultural e ideológica de situaciones históricas igualmente concretas. La *ideología*, entendida aquí como un marco general que da sentido a las distintas visiones del mundo y que atribuye significados a los hechos sociales¹¹, atraviesa los procesos de formación de la opinión. Desde este punto de vista, los discursos son ideológicos por cuanto dan sentido a la realidad de cada grupo social priorizando unas significaciones y rechazando otras. La opinión pública como entidad discursiva tiene, por tanto, una base ideológica a la que se puede acceder a través del discurso que la articula. Este es el discurso social que la investigación empírica debe tratar de reconstruir y que estará formado por la serie de relatos que emergen de los distintos grupos sociales; un lenguaje, una palabra contextualizada que permite comprender cómo los distintos colectivos sociales se representan la realidad, y que resulta fundamental para entender el contenido de la opinión pública.

No es posible, entonces, conferir identidad a la opinión o a cualquier otro constructo teórico disociándolo del lenguaje del que recibe su significación -de su dimensión simbólica-, como un dato bruto separado del lenguaje que lo expresa: los lenguajes no son neutros y no pueden escapar de los contextos concretos en que se han formado. Sostenemos, por tanto, que la opinión pública es esencialmente una entidad

¹⁰ Señala igualmente L. E. Alonso: “*lo social es inseparable de lo simbólico –un universo preconsciente de significados compartidos-; este mundo está constituido comunicativamente y sólo comunicativamente puede analizarse*” (Alonso, 1998:33).

¹¹ Nos alejamos aquí de una visión de la ideología más simplificadora, como la que remite al autopoicionamiento en el continuo conservador-progresista, izquierda-derecha, etc. Nos aproximamos mucho más a la concepción de G. Therborn, quien observa en la ideología una forma de interpelación a los sujetos “*diciéndoles, haciéndoles reconocer y relacionándolos*” con “*lo que existe y lo que no existe; nos hacemos así conscientes de lo que es verdadero y falso*”, “*lo que es bueno, correcto, justo, hermoso... y todos sus contrarios; de esta forma se estructuran y normalizan nuestros deseos*” y, finalmente, “*lo que es posible e imposible; con ello se configuran nuestras esperanzas, ambiciones y temores*” (Therborn, 1995:15-16).

discursiva que, así considerada, presenta un mayor interés sociológico que el dato porcentual finalmente proporcionado por los sondeos. El análisis de la opinión pública no pretendería dar una descripción de disposiciones psicológicas o de estados mentales, sino que permitiría entender en profundidad las actividades generadas en los distintos lugares sociales y los recursos compartidos que las dotan de sentido: símbolos, conceptos, prácticas comunes, ideología, valores, deseos..., aunque todo ello pueda estar incorporado en los grupos sociales y funcionar de una forma preconsciente. La opinión pública se forma, desde esta perspectiva, en los diálogos, interacciones y prácticas sociales que los distintos colectivos generan hacia los temas o problemáticas de interés para la investigación.

4. EL GRUPO DE DISCUSIÓN COMO HERRAMIENTA PARA LA COMPRENSIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

El debate sobre la pertinencia y utilidad de técnicas cuantitativas y cualitativas en las ciencias sociales es bastante antiguo, y no se pretende aquí, en ningún modo, retomarlo de una forma abstracta para señalar las ventajas de unas técnicas sobre otras sin referencia a sus contextos concretos de aplicación. Como se ha señalado anteriormente, la realidad social es pluridimensional y cada nivel requiere unas herramientas metodológicas que se adecúen a los fenómenos propios de cada uno de esos niveles. Sin embargo, habiendo señalado que el ámbito de aplicación más adecuado para la encuesta está circunscrito al nivel de los “hechos” manifiestos -fácilmente objetivables-, es significativa la sistematicidad con la que, desde instituciones públicas y privadas, sigue utilizándose este dispositivo para el estudio de la opinión pública. Un objeto de investigación que, como hemos visto, posee una naturaleza simbólica y discursiva difícilmente aprehensible desde un enfoque únicamente cuantitativo.

Encaminándonos hacia un concepto de opinión pública como entidad *discursiva*, nuestra reflexión metodológica consistiría en plantear la pertinencia y utilidad de una apertura en nuestro “hacer” como investigadores para comprender mejor un concepto así definido. El interés sociológico se dirige entonces a observar cómo los elementos simbólicos que configuran la opinión de los distintos colectivos (representaciones, sentidos compartidos, deseos, valores, ideología, creencias...), y su manifestación a través del discurso producido por cada uno de ellos, se forman bajo la influencia de

factores y mecanismos sociales. Ello implica que la formación de los discursos sociales está estructurada socialmente, de manera que las divergencias y convergencias entre ellos responden a principios de organización y de distribución social. Con este propósito, consideramos que la técnica cualitativa del *grupo de discusión*, a través del análisis del discurso, puede aportar luz para la comprensión contextualizada de la opinión pública discursiva.

El grupo de discusión como práctica de investigación tiene una historia ya bien consolidada. Básicamente se trata de una reunión de entre cinco a diez personas con la presencia de un moderador que propone un tema para generar la conversación entre los asistentes respecto al objeto de investigación. Sin embargo, las trayectorias teóricas y empíricas que han seguido las distintas escuelas sociológicas, y en los distintos países, han marcado elementos de diferenciación importantes. Aunque, como señala J. Callejo (2001:15), en las traducciones de una lengua a otra -sobre todo en inglés, francés o castellano-, los términos *focus group*, *entretien collectif*, *deep group interview*, etc. aparecen en numerosas ocasiones como sinónimos, existen elementos diferenciales tanto a nivel teórico como a nivel práctico. Sus orígenes se sitúan como *grupo focalizado*¹² en el ámbito anglosajón, adjetivo que se pierde en gran medida en su aplicación continental, fundamentalmente en España, donde sus orígenes, formulación y aplicación empírica están ligados a Jesús Ibáñez, Alfonso Ortí, Ángel de Lucas, Francisco Pereña y José Luis de Zárraga. El grupo de discusión adquiere, a través de estos sociólogos, una fructífera identidad propia que puede diferenciarse claramente de la tradición anglosajona y también francesa. En este último país, las especialistas en *entrevistas grupales*, S. Duchesne y F. Haegel, admiten igualmente las distancias de la tradición francesa respecto a las dinámicas focalizadas propias de la práctica anglosajona, aunque reconocen que el uso de esta técnica en la comunidad científica francesa es mucho menor que en Estados Unidos o Reino Unido¹³ (Duchesne y Haegel, 2009:9-17).

Sin adentrarnos aquí en la diferenciación de tradiciones específicas, conviene destacar que la escuela cualitativista española, fundada por los autores antes

¹² Para un estudio de los orígenes e historia del *focus group* véase Callejo (2001:25-33) y Gutiérrez Brito (2008:15-18).

¹³ Para un estudio teórico-empírico de la tradición francesa de *entretien collectif*, véase Duchesne y Haegel (2009).

mencionados¹⁴, ha desarrollado una praxis del grupo de discusión tendente, a diferencia de los llamados *focus groups*, a facilitar la apertura, la flexibilidad y la interacción entre los propios participantes, intentando evitar la directividad que supone una continua interacción con el moderador. Son precisamente estas características, propias de la tradición española, las que nos parece constituyen una fortaleza a la hora de abordar el estudio de la opinión pública en su dimensión discursiva. En la medida en que los protocolos de interrogación se reducen, se genera un espacio para que surja una conversación lo más libre y espontánea posible entre los participantes. Obviamente, no se trata de caer en el idealismo de considerar la situación creada en el grupo como un espacio donde existe “espontaneidad absoluta”; al fin y al cabo, el grupo como tal “no existe” antes de la reunión, sino que “se crea” bajo unas condiciones concretas y en un contexto y situación determinados para cumplir con un objetivo de investigación específico. Sin embargo, sí es posible reconocer que esta práctica de investigación permite crear un marco *abierto* para la generación de discursos que se van construyendo con las intervenciones dialógicas de los participantes. El papel del moderador-investigador en la situación grupal queda limitado a proponer el tema que “lanza” el discurso del grupo, y a permitir que este construya el discurso sobre el fenómeno que interesa investigar de la forma más libre posible. Las intervenciones del moderador sólo son necesarias cuando se genera alguna dinámica que pueda entorpecer la construcción abierta de discursos sobre el tema investigado¹⁵, o bien para reconducir la discusión en caso de que se desvíe claramente de los objetivos. En definitiva, con el grupo de discusión se trata de generar las condiciones para que tenga lugar una interacción lo más próxima posible a una charla, a una conversación cotidiana donde los asistentes pueden intercambiar sus puntos de vista sobre las cuestiones sociales que constituyen el objeto de la discusión. Es importante señalar que no interesan trayectorias ni opiniones individualizadas de cada uno de los participantes: *interesa el discurso del grupo*, es decir, el conjunto de argumentaciones, valoraciones y tomas de posición, tal y como son planteadas y sostenidas *de forma habitual* por un colectivo social determinado acerca de un tema que se considera socialmente relevante.

¹⁴ Un análisis de la historia de la metodología cualitativa en España puede verse en Sarabia y Zarco (2007). Respecto a los orígenes y las circunstancias históricas e intelectuales que rodearon el nacimiento y desarrollo del *grupo de discusión* en España, véase Ortí (2001).

¹⁵ Un estudio pormenorizado de las dinámicas generadas en la situación del grupo de discusión puede verse en Gutiérrez Brito (2008).

¿Quiénes forman parte de los grupos que constituyen el estudio? La elección de los participantes no es, en absoluto, arbitraria. Se pretende que el estudio capte los puntos de vista de los distintos sectores sociales en un momento dado y, por tanto, cada uno de los grupos se diseñará en función de la relativa homogeneidad de los participantes respecto a una serie de características socio-estructurales (sexo, edad, nivel de estudios, clase social, hábitat, etc.). Estas características van a condicionar su posición en la sociedad y, por tanto, su visión respecto a la realidad que les rodea. Un enfoque como este abre inmediatamente interrogantes respecto a la capacidad representativa de la técnica: ¿un estudio que se realiza con 8-10 grupos de discusión, cada uno de ellos formado por entre 6-10 personas, es capaz de representar la opinión pública? Planteada así la pregunta, y teniendo en cuenta que un barómetro del CIS suele contar con muestras del orden de 1.500 individuos, parecería que esta técnica no responde a los criterios “ortodoxos” que posibilitan el traslado de las conclusiones obtenidas de los grupos a la población general. Sin embargo, llegar a esta conclusión implica considerar como relevante un solo tipo de “representatividad”: la *representatividad estadística*. Como ya señalamos en otro lugar (Mañas, 2008:165), es cierto que este criterio está plenamente legitimado en el seno de la investigación social, pero no es el único posible¹⁶. El concepto de representatividad que subyace en los estudios mediante grupos de discusión implica atender a la *estructura social*. Hablamos entonces de *representatividad estructural*: no buscamos conocer la *cantidad* de individuos que suscriben este u otro ítem de un cuestionario, sino *cuáles* son los discursos que emergen de los distintos colectivos según su posición en la sociedad. Cada una de ellas participa de universos simbólicos compartidos (ideología, representaciones del mundo, mentalidades, valores, deseos), que a su vez generan habitualmente visiones y opiniones también compartidas.

El criterio de homogeneidad estructural con el que se diseña cada grupo de discusión no implica que el discurso emergente sea perfectamente consensual y homogéneo. La homogeneidad compartida por los participantes respecto a las variables consideradas relevantes para producir discursos diferenciales y significativos posibilita que fluya la conversación, que se produzca el discurso del colectivo: si los participantes son muy asimétricos respecto a estas variables es probable que el discurso del grupo se

¹⁶ No solamente es posible hablar de otros tipos de representatividad, sino que la propia consolidación de la representatividad estadística como criterio legítimo para el estudio de la realidad social, ha resultado de un proceso de intenso debate intelectual que se remonta a finales del siglo XIX. Véase Desrosières (2004).

inhiba, se coarte. Puede que esto se entienda mejor con un sencillo ejemplo: las condiciones para que se genere un habla relativamente espontánea durante 60-90 minutos, supongamos que para opinar sobre una posible “reforma laboral”, no son equivalentes en un grupo formado únicamente por trabajadores y en otro donde se mezclan trabajadores y empresarios; muy probablemente, la posible tensión -latente o manifiesta- en esta segunda dinámica generaría bloqueos discursivos. Pero a la vez, es normal que la dinámica de la discusión generada en un sector social concreto implique cierta heterogeneidad, conteniendo fracciones que obligan a poner en cuestión las posiciones dominantes respecto al objeto de investigación, sin que ello impida que se llegue finalmente a un cierto consenso de grupo. La homogeneidad discursiva inter-grupo también es posible, sobre todo cuando los temas del debate contienen dimensiones muy cristalizadas en la sociedad. En estos casos no podemos esperar una radical diferencia de discursos en cada grupo, sino argumentos y puntos de vista similares en grupos estructuralmente diferentes respecto de aquellas dimensiones del tema de investigación en las que aparece un fuerte consenso social¹⁷.

¿Cuándo parar? Será finalmente la *saturación* (Callejo, 2001:78) el indicador principal en el camino hacia la representatividad estructural: si los discursos comienzan a ser redundantes y no van apareciendo fracciones significativas, el diseño de un mayor número de grupos no aportará nueva información relevante. En definitiva, lo que se produce en el grupo, el texto resultante de transcribir la conversación allí mantenida, nos aporta, en su análisis, una posición privilegiada para desmenuzar lo obvio, las opiniones compartidas y comunes, y no por ello banales, que circulan por la sociedad en un momento histórico concreto y que, en muchas ocasiones, se encuentran en el orden de lo dado por supuesto. Es a través del análisis del discurso como podemos saber “de qué están compuestas” esas opiniones -proceso mucho más complejo que el recuento de respuestas de un cuestionario- averiguando los procesos y mecanismos sociales de su formación¹⁸.

¹⁷ Esta cuestión puede apreciarse claramente en el análisis del discurso del estudio cualitativo nº 2669 del CIS sobre “*Percepción social de las encuestas*”, cuyas conclusiones sintetizaremos más adelante.

¹⁸ Un estudio pormenorizado y didáctico del análisis sociológico del discurso producido en una investigación cualitativa con grupos de discusión, puede encontrarse en Conde (2009).

5. APUNTES SOBRE LA HISTORIA CUALITATIVA DEL CIS

Como es de sobra conocido, el Centro de Investigaciones Sociológicas es una institución pública que realiza sistemáticamente estudios de opinión. Desde que se crea en 1963 como Instituto de la Opinión Pública hasta nuestros días, el CIS es conocido fundamentalmente por su vasta producción de encuestas de opinión -más de 5.600- que distribuye entre sus barómetros mensuales y otros estudios de carácter monográfico. Sin embargo, apenas conocidos y, desde luego, invisibles desde la óptica mediática, son los estudios cualitativos que esta institución también ha realizado desde el comienzo de su andadura. El CIS ofrece un listado en el que figuran alrededor de 75 investigaciones cualitativas -la gran mayoría de ellas basadas en grupos de discusión- desde el año 1965 hasta el 2011. Como puede observarse al comparar esta cifra¹⁹ con el número de encuestas, la investigación cualitativa supone una parte minoritaria de los estudios promovidos por esta institución²⁰ -algo más del 1% de la investigación total. Coincidiendo con Vallés (2005:106), podemos señalar que el escaso eco que han tenido estos estudios se debe a que en su mayoría no han sido publicados, a la imposibilidad de encontrar los materiales originales -informes, archivos sonoros o transcripciones- de algunos ellos y, en definitiva, a la dificultad de reanalizar un material empírico -cientos de páginas de verbatim- que, por su propia naturaleza, impide una traslación a “resultados” tan inmediata como los marginales de una encuesta. Realizar un mínimo trabajo de análisis e interpretación de materiales cualitativos con el fin de presentar conclusiones, requiere una laboriosidad mucho más dilatada en el tiempo que la mera presentación en forma de tablas o gráficos de los resultados agregados de una encuesta, en su uso mediático habitual.

En la tabla 1 aparece el listado de los estudios cualitativos²¹ que se encuentran en el archivo del Banco de Datos del CIS, siguiendo un orden cronológico descendente. Sin ánimo de establecer una periodificación cerrada, sí es posible observar momentos diferenciados en los que fluctúa el interés por la producción de investigación cualitativa. Durante los años 60, el recién creado IOP realiza únicamente 5

¹⁹ Hay que destacar que no consta en el listado del CIS ninguna investigación cualitativa en el año 2012

²⁰ En este punto es interesante destacar que, a diferencia de las encuestas de opinión, cuya producción se realiza directamente por el propio Centro de Investigaciones Sociológicas, los estudios cualitativos son encargados por el CIS a otros institutos o centros de investigación para su realización.

²¹ La información disponible sobre cada uno de estos estudios puede consultarse en la página web del CIS, concretamente en:

http://www.cis.es/cis/openem/ES/1_encuestas/OtrosEstudios/estudioscualitativos.jsp

investigaciones de análisis de contenido, fundamentalmente de prensa extranjera. Habrá que esperar a 1978, año en que el Instituto pasa a denominarse propiamente CIS, para que comience el período inaugural de la investigación cualitativa *per se*, con un gran florecimiento de estudios realizados con grupos de discusión, que se prolongará durante la década de los 80 y primer lustro, aunque ralentizándose, de los 90. Es en esta época, sobre todo en los primeros años de gobierno democrático y durante los años 80, cuando el grupo de discusión se convierte en la práctica cualitativa por excelencia gracias al impulso de los autores que formaron la llamada Escuela Cualitativa de Madrid²², y que sentaron las bases teóricas y empíricas de la técnica para generaciones posteriores. Algunos de los estudios realizados durante este período, tales como la Investigación Cualitativa Continua (ICC), el análisis de las actitudes sociales ante el aborto y la investigación sobre la percepción de los españoles hacia la OTAN, constituyen “verdaderos hitos en el haber de la investigación social cualitativa española” (Vallés, 2005:106).

Tabla 1. Estudios cualitativos que figuran en el Banco de Datos del CIS. Período 1965-2012

FECHA	TÍTULO DEL ESTUDIO
18/10/2011	Representaciones políticas y movimiento 15-M
12/05/2011	El sistema de los discursos sociales sobre los conceptos izquierda y derecha en España
02/03/2011	Estudio cualitativo: la corrupción política en España
09/02/2011	El discurso de los españoles sobre la relación entre economía y política
13/10/2010	Prospección cualitativa pre-electoral. Elecciones autonómicas al Parlamento Catalán
12/05/2010	El voto flotante: análisis temporal desde un enfoque cualitativo (tercera ola)
11/11/2009	El voto flotante: análisis temporal desde un enfoque cualitativo (segunda ola)
23/07/2009	Actitudes ante el cambio religioso
17/06/2009	Prospección cualitativa pos-electoral. Elecciones al Parlamento Europeo
22/04/2009	Prospección cualitativa. Preelectoral elecciones al Parlamento Europeo
13/03/2009	El voto flotante: análisis temporal desde un enfoque cualitativo (primera ola)
20/01/2009	La atención a pacientes con enfermedad en fase terminal
13/01/2009	Prospección cualitativa preelectoral en Galicia
24/11/2008	Prospección cualitativa preelectoral en el País Vasco
20/11/2008	Efectos de la crisis económica en la sociedad española. Situación económica en el ámbito rural y urbano
19/11/2008	Las actitudes de la población española sobre la inmigración
18/11/2008	Imagen social de la educación en España
01/10/2008	Características y actitudes de la población inmigrante en España
21/01/2008	Autonomías, desigualdades y políticas sociales en España. Comunidades Autónomas con menor desarrollo autonómico
03/12/2007	Autonomías, desigualdades y políticas sociales en España. Comunidades Autónomas con mayor desarrollo autonómico
01/11/2006	La percepción social de las encuestas
09/05/2006	Voto racional y agenda mediática. Propuesta de seguimiento de la legislatura a través de grupos experimentales

²² Nombres destacados de esta escuela son los ya mencionados Jesús Ibáñez, Alfonso Ortí, Ángel de Lucas, Francisco Pereña y José Luis de Zárraga.

01/11/2005	Globalización
10/09/2003	Política y mujeres
24/06/2002	La situación social y cultural de los jóvenes en la España provincial y rural
05/04/2000	Balance del rendimiento de las instituciones autonómicas en España 1980-2000
30/03/2000	Los comportamientos políticos de los españoles
01/07/1997	Comportamientos económicos de los españoles: consumo y ahorro (i)
24/02/1997	Coyuntura de opinión sociopolítica en España
01/11/1995	Condiciones de vida e identidad de los emigrantes españoles en Brasil
12/09/1995	Educación y maltrato infantil en el ámbito familiar
01/04/1995	Cultura política en las grandes ciudades
01/12/1994	La libre competencia como valor socioeconómico
01/10/1994	Actitudes de los españoles ante los extranjeros
01/06/1994	Discurso social y perspectivas de opinión
01/02/1994	Imágenes dominantes en el discurso social
01/04/1993	Estudio cualitativo sobre las actitudes políticas de los españoles
01/10/1992	Inmigrantes en España. Estudio cualitativo
01/10/1992	Estudio cualitativo sobre la valoración del proyecto de reforma de los arrendamientos urbanos
01/06/1992	Estudio cualitativo sobre opiniones y actitudes hacia la coyuntura política
01/05/1992	Estudio cualitativo sobre el nacionalismo en el País Vasco
01/07/1988	Estudio cualitativo sobre Europa y la defensa
01/07/1988	Actitudes y demandas sindicales de los trabajadores españoles: Discurso social ante el sindicalismo
01/05/1988	Estudio cualitativo de la derecha en España
01/11/1987	Percepción e imagen de las instituciones políticas catalanas
01/10/1987	Estudio cualitativo del centrismo
01/10/1986	Estudio cualitativo sobre la situación política en el País Vasco
01/07/1985	Investigación cualitativa sobre la OTAN
01/04/1985	Problemática de la Comunidad Autónoma gallega
01/12/1983	La situación actual en el País Vasco. Imágenes y actitudes de la población
01/12/1983	Imagen de la OTAN y actitudes ante la OTAN
01/12/1983	Guarderías infantiles: nivel de equipamiento y dotación de centros
01/09/1983	Funcionarios de la administración
01/07/1983	Estudio cualitativo sobre la problemática actual de la comarca de Sagunto
01/07/1983	Los médicos españoles
01/02/1983	Representaciones colectivas sobre la mujer y la familia, las actitudes sociales ante el aborto
01/11/1982	La crisis energética
01/11/1982	Estudio sobre cooperativismo agrario en Andalucía
01/10/1982	Aprendizaje cívico-político de los niños y adolescentes españoles desde una perspectiva estructural
01/10/1982	La imagen de los partidos políticos españoles y perspectivas en el futuro inmediato
01/04/1982	Abstencionismo político en Andalucía (II)
01/01/1982	Actitudes políticas en Andalucía, situación política de la región
01/12/1980	Estilos de dirección de la gran empresa española frente a la crisis y el cambio socioeconómico
01/12/1980	Agentes de poder y procesos de decisión en el franquismo
01/12/1980	Formación de la opinión pública
01/11/1980	Funcionarios públicos (I)
01/01/1980	Análisis de la masa laboral y de la problemática de su representatividad sindical
01/12/1979	Situación social y política del País Vasco (II). Cualitativo
01/10/1979	Conciencia colectiva de desigualdad en España
01/01/1979	Investigación cualitativa continua
01/12/1978	Problemática regional en Andalucía. Cualitativo

01/01/1978	Cuestiones de actualidad. Enero 1978. Estudio cualitativo
01/01/1967	Prensa diaria
01/07/1965	Prensa extranjera (III)
01/01/1965	Prensa extranjera (IV)
01/01/1965	Prensa extranjera (II)
01/01/1965	Prensa extranjera (I)

En el contexto de una joven democracia inserta en un rápido proceso de secularización social, donde a la vez que se está construyendo el Estado de las Autonomías se intenta introducir al país en el marco de las relaciones internacionales, las temáticas de los estudios cualitativos constituirán un reflejo de la preocupación gubernamental por comprender las percepciones e inquietudes de los españoles en el seno de todo este proceso de cambio social. De ahí que el contenido de la mayor parte de las investigaciones tenga que ver con cuestiones políticas (estudios cualitativos preelectorales, valoración de partidos y líderes políticos, comprensión de las categorías ideológicas “izquierda-centro-derecha”), con el Estado de las Autonomías, fundamentalmente en los procesos de aquellas consideradas históricas (estudios electorales en el País Vasco, Galicia, Cataluña y Andalucía, estudios sobre la identidad nacionalista, y sobre las relaciones entre el gobierno central y autonómico), con el cambio de la posición de España en la escena internacional (estudios sobre la imagen de la OTAN y la defensa) y con cuestiones socioculturales (actitudes ante el aborto, educación infantil y adolescencia) y socioeconómicas (estudios sobre sindicalismo y cooperativismo agrario).

El ritmo de la investigación cualitativa en el CIS se mantiene en gran medida durante los primeros cinco años de la década de los 90, pero se reduce notablemente en la segunda mitad, con solo dos estudios en el año 1997. Aunque la constante política se mantiene hasta la actualidad, los temas reflejan nuevas preocupaciones ante nuevas realidades: aparecen investigaciones sobre el fenómeno de la inmigración y sobre las actitudes de los españoles hacia la población extranjera; también estudios socioeconómicos relacionados con la libre competencia empresarial y con los hábitos de consumo y ahorro de la población. La escasa actividad cualitativa se mantiene hasta el año 2007 -en siete años se realizan únicamente siete estudios-, tendencia que se revierte notablemente a finales de ese año, momento a partir del cual la cantidad de investigaciones realizadas con grupos de discusión será mucho mayor que en épocas anteriores: 13 en solo dos años (2008-2009). Como en épocas anteriores, existe una marcada preocupación por las cuestiones políticas, que se alejan ahora de la

comprensión de categorías político-ideológicas y se centran explícitamente en el comportamiento pre- y post-electoral, fundamentalmente en las Comunidades Autónomas históricas y en -y esto es novedad- las elecciones al Parlamento Europeo. También destaca por su carácter longitudinal, en varias oleadas, el estudio cualitativo llevado a cabo sobre el análisis del voto flotante.

Las temáticas no estrictamente políticas o electorales se abren durante la pasada década: los escasos estudios de los primeros años (hasta el 2005) se relacionan con la situación sociocultural de jóvenes y mujeres, así como con la percepción de la globalización y los movimientos sociales²³, mientras que a partir del 2007 se analiza el fenómeno de la inmigración -tanto desde la perspectiva del inmigrante como del autóctono-, la imagen de la educación en España, las actitudes hacia la pluralidad religiosa, y algún tema mucho más específico como la atención a pacientes con enfermedad terminal. Cabe mencionar en este período la especificidad de un estudio que viene a suponer una especie de *feed-back* de la propia actividad del CIS al aplicar técnicas cualitativas para valorar las técnicas cuantitativas: *la Percepción social de las encuestas*²⁴, en el año 2006. Respecto a los años más recientes, es destacable la profusa actividad cualitativa del año 2011, período en que se retoman los estudios sobre categorías políticas no directamente electorales, al hilo del nacimiento de nuevos movimientos sociales (15-M) y de la crisis de credibilidad de los partidos políticos. Una actividad que, sin embargo, cesa a partir del 2012.

Muchos de estos trabajos fueron acompañados de una encuesta posterior sobre el mismo tema con el fin de preparar con mayor acierto las preguntas del cuestionario correspondiente. Sin embargo, hay que señalar que las conclusiones de los estudios más importantes de la trayectoria cualitativa del CIS se han utilizado fundamentalmente para abordar problemáticas delicadas a las que difícilmente las encuestas podían dar respuesta. Así, la puesta en marcha de acciones de gobierno o legislaciones que pudieran generar controversias en la sociedad española, o que abordaran temas especialmente sensibles para determinados colectivos, se acompañaban de un estudio con grupos de discusión para valorar la percepción y posible aceptación de dichas iniciativas gubernamentales. Tal fue el caso del estudio realizado antes del referéndum

²³ Respecto a este último tema, se realiza en 2005 el estudio cualitativo sobre “Globalización” una vez han tenido lugar las intensas movilizaciones que se produjeron en torno a los atentados del 11-M de 2003 y la participación de España en la Guerra de Irak. Llama especialmente la atención que no figure en el archivo del CIS ningún estudio explícitamente encaminado al análisis de las opiniones e inquietudes de los españoles en el momento en que se estaban produciendo dichas manifestaciones y movilizaciones.

²⁴ Expondremos una síntesis de sus conclusiones a continuación.

sobre la entrada de España en la OTAN, y sobre las actitudes de la población ante una posible despenalización del aborto ante determinados supuestos. Pero también hay otros ejemplos: el estudio de la problemática en la comarca de Sagunto, la valoración del proyecto de reforma de la Ley de Arrendamientos urbanos, o más recientemente, la atención a pacientes con enfermedad terminal.

En definitiva, el relato -breve- de esta trayectoria no pretende sino poner en valor el ya extenso banco de datos cualitativos de la institución pública española dedicada al estudio de la opinión. A pesar de las discontinuidades temporales y de las posibles pérdidas de algunos elementos originales, los investigadores tenemos a nuestra disposición un material empírico cualitativo de enorme riqueza para un estudio discursivo de la opinión en España desde la Transición democrática.

6. DE LAS ENCUESTAS DE OPINIÓN A LA OPINIÓN DE LAS ENCUESTAS: UN ESTUDIO CUALITATIVO

En tres ocasiones el CIS ha realizado encuestas específicas para indagar la opinión que sobre ellas tiene la población española. Los dos primeros estudios fueron relativamente tempranos y coincidentes con los años iniciales de la transición democrática en España. Las conclusiones del primero de ellos fueron publicadas en 1976 en la *Revista Española de Opinión Pública* con el título “Las encuestas a encuesta”²⁵, mientras que las referencias al segundo se encuentran en el artículo que M. Justel publicó en 1981 con un título casi idéntico: “Las encuestas a encuesta, de nuevo”²⁶. Veinticinco años más tarde se realizó un tercer estudio cuantitativo, el nº 2676, cuyos resultados fueron igualmente publicados, aunque de forma más breve, en el Boletín CIS nº 3 del año 2007, con un título similar al de sus predecesores²⁷. La particularidad de este último estudio fue la realización, pocos meses antes, de una fase

²⁵ Se trata de un estudio realizado por Manuel García Ferrando y M^a Etelvina García Llamas cuyas conclusiones pueden consultarse en un artículo publicado en el número 45 de la *REOP* (1976).

²⁶ En este texto, publicado en el nº 13 de la *REIS*, el autor no solo comenta los resultados de este último estudio, sino que compara los datos obtenidos con los de la anterior encuesta de 1976.

²⁷ El estudio 2676 está formado por tres partes, cada una de las cuales utiliza una modalidad de encuesta diferente (personal, telefónica e Internet) pero aplicando un cuestionario similar. Más detalles sobre la realización de este estudio y sus resultados pueden encontrarse en Álvarez y Font (2007). El cuestionario y los microdatos del estudio están disponibles en:

http://www.cis.es/cis/openm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=7279&cuestionario=8433&muestra=13184

cualitativa cuyos resultados, según los investigadores encargados, “*servieron para preparar el cuestionario*” (Álvarez y Font, 2007). Se trata del estudio nº 2669, basado en diez grupos de discusión, denominado “Percepción social de las encuestas”²⁸, que a nuestro juicio contiene una riqueza analítica para la comprensión de la percepción ciudadana sobre las encuestas que desborda el originario propósito de mera ayuda para la preparación de la fase cuantitativa. Tal riqueza impide que podamos abordar en los límites de este espacio todas las conclusiones del estudio²⁹, aunque sí señalaremos algunas pinceladas clave que proceden de la interpretación y análisis del discurso.

En todos los grupos realizados llama la atención, desde el comienzo de las intervenciones, lo cristalizada que está la imagen de la encuesta en torno a dos significantes: *venta* y *manipulación*. El interés del análisis del discurso será, por tanto, observar las argumentaciones que van construyendo la percepción de la encuesta en torno a esas dos dimensiones. Desde el primer momento en que se propone el tema de las reuniones -“las encuestas”-, se produce, casi automáticamente, una identificación de las mismas con estrategias comerciales o publicitarias, fundamentalmente vinculadas a compañías telefónicas, automóviles y bancos. A pesar de los esfuerzos del moderador por estimular la opinión de los asistentes hacia encuestas producidas para otros objetivos, existe una clara dificultad en los participantes para disociar el acto de encuestación del intento de generar una venta de algún producto o servicio:

*“Muchas de coches, relativas a los coches. La casa Peugeot, no sé cuántas veces. Y luego también la BMW, cantidad de veces. Luego los electrodomésticos y también la banca, que te piden cantidad de cosas...” G3*³⁰

*“Los bancos empiezan a preguntarte y después te ofrecen una tarjeta, que tiene esto, lo otro y...” G7*³¹

“De bancos. La empresa de teléfono. Además si no te encuentran, te vuelven a llamar. Intenta hablar contigo. Los del teléfono lo tienen tan claro, que les da igual que vayas conduciendo, que les dices: “¡Mira, que voy conduciendo!”. Y te dicen: “¡Mire es que yo voy a tardar 2 segundos!” y tienes que cortarle porque si no te la hacen la encuesta, no, te hacen tres encuestas” G7

²⁸ Los diez grupos fueron seleccionados según criterios de edad, sexo, hábitat y nivel socio-económico. Tanto la ficha técnica como el verbatim completo de las diez reuniones están disponibles en el Banco de Datos del CIS.

²⁹ El material empírico sobre el que se ha realizado el análisis es propiedad del CIS, pero las conclusiones derivadas del análisis del discurso que aquí se exponen son responsabilidad exclusiva de la autora de este trabajo. Un análisis más detallado y profundo de este estudio se refleja en Mañas (2012).

³⁰ Grupo nº 3: Madrid, mixto (hombres y mujeres), 46-60 años, profesionales y asalariados fijos.

³¹ Grupo nº 7: Cabezas de San Juan (Sevilla), mixto, 40-60 años, empresarios.

Es evidente que esta identificación con propósitos comerciales tiene que ver con la experiencia inmediata de los sujetos: en la mayor parte de los casos, no han respondido a cuestionarios que aborden temas distintos a la venta de productos y/o servicios. Ello no impide que los sujetos se sientan “sobreenuestados”, tal y como puede observarse en los ejemplos anteriores, pero el hecho de que esta sensación de intromisión en los espacios y tiempos privados solo emerja en el discurso cuando se está hablando de las “encuestas para venderte algo”, indica que las promociones comerciales están más cerca de la experiencia cotidiana de los participantes que las propias encuestas. Otros fines o temáticas no aparecen fácilmente en el discurso de los grupos más que a través del estímulo del moderador. Concretamente, la percepción sobre las “encuestas sociales”, que habitualmente se vinculan con la inmigración y, especialmente en los grupos formados por mujeres, con la educación y los hijos, es tremendamente indefinida. El discurso es vago, evasivo, denotando que no existe una conciencia clara de lo que significa “encuesta social”:

“Es todo muy relativo. Depende también. De cómo me pille y de cómo lo enfoque” G3

“Los temas sociales, personalistas, dependen un poco de cómo se plantee” G9³²

La ausencia de un discurso definido sobre las encuestas sociales se traslada también a los organismos que normalmente se encargan de su realización. Cuando el moderador introduce el tema de la confianza que merecen las encuestas realizadas por el CIS, se observa que es un organismo bastante más desconocido de lo que se supone, no se sabe muy bien cuál es su función. Pero cuando se le atribuye la etiqueta de “oficial” como base para proyectar una mayor credibilidad, se produce muy frecuentemente la reacción contraria: al observarse como una institución dependiente del gobierno, se presume igualmente dependiente de las estrategias del partido en el poder. Llegamos aquí a uno de los aspectos, sin duda, centrales en el discurso de la totalidad de los grupos: la vinculación entre política y encuestas entendida como *manipulación*, a través del papel que en esa relación juegan los *medios de comunicación*. Si las encuestas entendidas como estrategia comercial son conocidas por la participación directa de los individuos como “sujetos encuestados”, las encuestas políticas se conocen casi exclusivamente por sus resultados, es decir, por la posición de los sujetos como “consumidores de información publicada” en los medios de comunicación. En el discurso de los grupos hablar de encuestas políticas es siempre hablar de encuestas *publicadas*. Y es a través de esta identificación desde donde se

³² Grupo n°9: Algemesí (Valencia), mixto, 40-60 años, asalariados fijos.

construye el argumento de la encuesta como *manipulación*. La finalidad partidista y electoral de la publicación de información cobra una gran importancia en el discurso, pues se admite de forma generalizada que cada medio (independientemente de que se trate de radio, prensa o televisión) favorece a un partido político concreto:

“Tú miras la 1 y miras Antena 3, y parece que estás viendo dos telediarios completamente diferentes” G2³³

“Sí, pero si te plantean una encuesta de temas políticos y ves que está detrás El País, pues sabes que lo van a tratar de una forma distinta que si está detrás El Mundo. Porque es obvio” G9

“Es lo que decía el compañero antes y que yo pienso a menudo. El tema de la manipulación, por muy pequeña que sea, en los periódicos es brutal. No es lo mismo lo que dice El País, que El mundo, que el otro” G3

Cuando surge este debate en los grupos, las encuestas desaparecen en gran medida del mismo: hablar de la manipulación partidista de los medios de comunicación ocupa un lugar mucho mayor en el discurso que las propias encuestas, que terminan percibiéndose como un dato publicado más, como una de tantas herramientas que los partidos políticos utilizan en su propio beneficio. Lo que manipula, en realidad, es la estrategia partidista; las encuestas son meros instrumentos para ello.

Los participantes tampoco muestran demasiada concreción al hablar de la modalidad de encuesta preferida: personal, telefónica y por correo. En el discurso emergen principalmente las dos primeras, pero de todas se señalan sus ventajas y desventajas, sin llegar a ningún consenso claro sobre la preferencia de una modalidad específica. Lo único que se percibe con mayor claridad es que, si bien la encuesta telefónica se vincula más a la promoción comercial y a la rapidez, aunque también, por ello, a la percepción de “sobreencuestación” e intromisión en el tiempo privado con insistentes llamadas telefónicas, en las encuestas personales se hace visible un elemento muy significativo que contribuye a generar un mayor índice de respuesta: la empatía hacia la figura del encuestador como “joven precario”:

“Yo si lo pienso me da mucha pena, porque pienso en el pobre que hace la encuesta, y me parece un trabajo tan duro...” G2

“O peor, porque así le dejas al pobre con la puerta en la cara” G7

“Yo en la calle he atendido a alguna porque me da como pena... les veo chicos jóvenes y... pobrecillos, se están ganando un dinero...” G3

³³ Grupo nº 2: Madrid, mujeres, 31-45 años, profesionales y asalariadas fijas.

Estos fragmentos hablan por sí mismos. Existe, en general, una predisposición negativa para contestar encuestas cuando no se percibe que con ello se vaya a obtener ninguna ventaja o beneficio -de hecho, en varios grupos se señala que habría una predisposición más favorable si, tras realizar la encuesta, hubiera algún tipo de contraprestación en forma de obsequio-, pero en muchas ocasiones, sobre todo aquellas que implican la presencia física del encuestador, se genera cierta compasión o “pena” por la situación de un trabajador joven en condiciones asumidas como precarias, lo que conduce, presumiblemente, a un mayor índice de respuesta en la modalidad personal.

Hemos tratado de presentar aquí un breve esbozo de los “consensos” más notables en torno a la percepción social de las encuestas. El discurso grupal muestra otras dimensiones y matices que no tenemos espacio para exponer aquí. Valga este pequeño análisis para mostrar que la técnica del grupo de discusión tiene un sentido que va mucho más allá de constituir la fase preparatoria de una encuesta. En este sentido, consideramos que la primera técnica no se subordina a la segunda, sino que ofrece autónomamente una valiosa información para comprender en profundidad el proceso de formación de la opinión pública.

7. CONCLUSIONES: DESDE EL DISCURSO HACIA ENFOQUES ALTERNATIVOS

La concepción de una *opinión pública discursiva* permite un estudio en profundidad de las percepciones de los sujetos como integrantes de grupos sociales en su contexto. A su vez, abre la posibilidad del análisis empírico de la opinión con una metodología que aborda “datos conversacionales”, discursos que pueden representar procesos sociales relevantes. Desde esta perspectiva, hemos considerado oportuno apuntar aquí otra historia, la de la investigación cualitativa en España, cuyo recorrido institucional ha caminado unas veces en paralelo y otras veces en intersección con el de la producción de sondeos. Por otro lado, en un ejercicio de reflexividad metodológica, hemos visto cómo el propio CIS aborda cualitativamente la percepción social de las encuestas, mostrando que ciertas representaciones sólidamente instaladas entre la ciudadanía se corresponden con un notable descrédito y desconfianza hacia los intereses estratégicos -comerciales y partidistas- que de forma generalizada se les atribuyen.

Conscientes de estas dificultades, otras tradiciones metodológicas, fundamentalmente las que emanan de los presupuestos teóricos y empíricos de la llamada democracia participativa y/o deliberativa, han tratado de desarrollar -e instituir en algunos casos³⁴-, dinámicas que promuevan un mayor grado de implicación ciudadana en la expresión de sus opiniones. Más allá de la concreción de sus prácticas y supuestos teóricos, es innegable que las diferentes modalidades que han adoptado estos dispositivos constituyen un laboratorio excepcional para seguir enriqueciendo la reflexión sobre la opinión pública, que además de *discursiva* incorpora ahora elementos *participativos* y se encamina hacia la toma de decisiones. Igualmente, el estudio de la opinión discursiva plantea interesantes retos metodológicos al abordar lo que cada vez más se constituye como un canal privilegiado de expresión colectiva: las *redes y foros sociales en internet*. Canales que, como han mostrado distintos acontecimientos políticos de los últimos años (primavera árabe, movimiento 15M, etc.) han sido capaces de trasladar el intercambio de opiniones *fuera* del propio dispositivo de registro para materializarlo en los barrios y plazas de las ciudades. Se trata, sin duda, de campos abiertos para la investigación social que trascienden el estrecho marco de las tradicionales encuestas, y estimulan la exploración de las nuevas dinámicas de formación, intercambio y expresión de la opinión pública.

³⁴ Véase el caso canadiense de la BAPE (Bureau d'audiences publiques sur l'environnement) y el francés de la CNDP (Commission Nationale du Débat Public).

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, L. E. (1998), *La mirada cualitativa en sociología*, Madrid, Fundamentos.

ÁLVAREZ, M. R. y FONT, J. (2007), “Las encuestas a encuesta”, Estudio CIS nº 2676. Boletín CIS nº 3, Disponible en:
http://www.cis.es/cis/opencms/ES/8_cis/boletines_PI/Boletin3/index.html.

BEAUD, P. et QUERE, L. (1990), *La formation de l'opinion comme phénomène intersubjective. Pour un changement de paradigme dans l'étude de l'opinion publique*, Rapport de recherche, Convention C.N.E.T./M.S.H., Paris.

BRUGIDOU, M. (2010), *Towards a discursive representatiton of public opinion. The problems involved in building and analysing corpuses of open-ended poll questions*. HAL-SHS-00493279, version 1. Disponible en:
<http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00493279/en/>.

CALLEJO, J. (2001), *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*, Barcelona, Ariel, S. A.

CONDE, F. (2009), *Análisis sociológico del sistema de discursos*, Madrid, Cuadernos Metodológicos, nº 43. CIS.

DESROSIÈRES, A. (2004), *La política de los grandes números*, Barcelona, Melusina

DUCHESNE, S. et HAEGEL, F. (2009), *L'entretien collectif. L'enquête et ses méthodes*, Paris, Armand Colin.

GARCÍA FERRANDO, M. y GARCÍA LLAMAS, E. (1976), “Las encuestas a encuesta”, *Revista Española de la Opinión Pública* (45), pp. 266-292.

GUTIÉRREZ BRITO, J. (2008), *Dinámica del grupo de discusión*, Madrid, Cuadernos Metodológicos. CIS.

IBÁÑEZ, J. (1986), *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: teoría y crítica*, Madrid, Siglo XXI.

JUSTEL, M. (1981), “Las encuestas a encuesta, de nuevo”, *REIS* (13), pp. 155-181

MAÑAS, B. (2012), *El discurso social sobre las encuestas. Un análisis comparativo de dos modelos para la investigación sociológica de la opinión pública*. Tesis Doctoral. Departamento de Sociología I. UNED. Madrid

- (2008), “La medida de la opinión pública. Una mirada sociológica”, en G. Capellán (Ed.), *Opinión Pública. Historia y Presente*. Madrid, Trotta, pp. 159-179.

- (2005), “Los orígenes estadísticos de las encuestas de opinión”, *EMPIRIA* (9), pp. 89-113.

MURILLO, S. y MENA, L. (2006), *Detectives y camaleones: el grupo de discusión. Una propuesta para la investigación cualitativa*, Madrid, Talasa.

ORTÍ, A. (1993), “El proceso de investigación de la conducta como proceso integral: complementariedad de las técnicas cuantitativas y de las prácticas cualitativas en el análisis de las drogodependencias”, en *Las drogodependencias: perspectivas sociológicas actuales*. Madrid, Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología, pp. 49-201.

- (2001), “En el margen del centro: la formación de la perspectiva sociológica crítica de la generación de 1956”, *Revista Española de Sociología*, nº 1, pp, 119-164.

PASSERON, J.-C. (2006), *Le raisonnement sociologique*, Paris, Éditions Albin Michel.

SARABIA, B. y ZARCO, J. (2007), *Metodología cualitativa en España* (2ª ed.), Madrid, Cuadernos Metodológicos nº 22. CIS.

THERBORN, G. (1995), *La ideología del poder y el poder de la ideología*, Madrid, Siglo XXI.

VALLEJOS, A. et al. (2007), *Métodos y Técnicas de Investigación Social*, Madrid, Ramón Areces.

VALLÉS, M. S. (2005), “El reto de la calidad en la investigación social cualitativa: de la retórica a los planteamientos de fondo y las propuestas técnicas”, *REIS* (110), pp. 91-114.

EL ÁMBITO ACADÉMICO

OPINIÓN PÚBLICA: NARRACIONES HISTÓRICAS

Juan Ignacio Rospir Zavala

1. EL ESPEJO INGLÉS Y FRANCÉS

La historia de la opinión pública perdura en el siglo XXI como ocupación imprescindible en la explicación de dicho fenómeno, término y concepto. Los dos siglos que acompañan esta indagación marcan los diferentes períodos y consideraciones que puntualizan la búsqueda de las relaciones políticas, sociales y culturales que envuelven la narración de su acelerada presencia en la sociedad. Una historia que sella a la opinión pública como un fenómeno ineludible y poderoso. Una investigación que vive enredada en las experiencias y evoluciones políticas que explican su nacimiento en Europa y América y que nos permite comprender su anotación en el vocabulario y la cultura política del mundo atlántico.

La condición de espejos o clichés que los autores del siglo XIX admiraron en la evolución inglesa y francesa alcanza hasta el siglo XX como corriente dominante. Aunque con vocación atlántica, la historia de la opinión pública retiene el “eurocentrismo” como seña de identidad. La búsqueda de similitudes y sincronizaciones con dichos espejos ha retardado y orillado el conjunto de otras historias nacionales particulares. Historiar la opinión pública es situarnos en las diferentes estructuras político-institucionales que anotan su toma en consideración como nueva y permanente fuerza de la vida política. Las anticipaciones y primeras reflexiones conceptuales –desde mediados del siglo XVIII y el XIX en su conjunto- están ocupadas por la comprensión de la opinión pública, primero, como aliada estratégica y, después, permanente, de las posiciones e idearios políticos de los autores que la invocan o reclaman con más o menos vehemencia. Revisitar estos autores es encontrarnos con la nueva fuente de poder y de legitimación que explica su lugar en la historia.

El poder moral y político atribuido a la opinión pública se fijó y desarrolló en las construcciones jurídico-políticas que emprendieron los liberalismos europeos. El lugar concedido a la opinión pública en la nueva arquitectura política del siglo XIX –el *locus*

institucional- fue el que comprometió las reiteradas peticiones y justificaciones a favor de dicho *locus* y sus beneficios. La fragmentación argumental que envolvió esta empresa, tanto por países como por autores, no sólo respondió a la necesidad de autojustificación, sino también a las tentaciones permanentes que rondaron su perversión. El distinto grado de institucionalización y consolidación que alcanzó la opinión pública (canales de formación y de expresión) generó las diferentes experiencias entre países que hoy reconocemos. La experiencia política que en el siglo XIX envolvió este devenir de la opinión pública ha sido narrada en numerosas publicaciones del siglo XIX y XX. Hasta el siglo XX las distintas experiencias vividas en Inglaterra y Francia ocuparon los ejemplos demostrativos y argumentales que extendieron el fenómeno y el concepto de opinión pública por Europa y América.

La admiración por la experiencia inglesa está presente desde las primeras narraciones históricas y anticipaciones conceptuales. Entre los admiradores y defensores de su propia experiencia inglesa cabe recordar a los siguientes nombres. William A. Mackinnon, pionero de la historia de la opinión pública, por las dos dilatadas exposiciones que dedicó al origen y evolución de la opinión pública con Inglaterra como epicentro (Mackinnon, 1971 [1828]; 1999 [1846-49]). George C. Lewis (1849) y Joseph Moseley (2010) [1852]) por la ejemplificación y defensa de dicha experiencia formulada en términos prácticos. F. K. Hunt por *Fouthr Estate: Contribution Toward a History of Newspapers, and Liberty of the Press* [1850]. Walter Begehot por *La constitución inglesa* (2010) [1867]) y la primacía que reconoció a la opinión pública en el *cabinet system*. De Erskine May (2005) [1863] es obligado recordar el capítulo en el que sitúa el nacimiento de la opinión pública en el reinado de Jorge III. Una atribución pionera a la que se volverá en el siglo XX La amistad personal y las empresas que compartieron durante casi cincuenta años James Bryce y A. V. Dicey tuvieron orientaciones distintas en el campo de la opinión pública. James Bryce (1995) [1888]) ocupó su renombrado análisis de la República Norteamericana con “Inglaterra en la cabeza” y una vocación de perspectiva histórica (Rospir, 2008; 123-129). Albert V. Dicey (1978) [1905]), por el contrario, intentó en el capítulo II una aproximación conceptual a la opinión pública, pero en lo referente a la perspectiva histórica fue tajante en el Prefacio: “El libro no es ni siquiera una historia del derecho inglés del siglo diecinueve; menos aún es una historia de la opinión (pública) inglesa”.

Francia y la Revolución están igualmente presentes desde Germaine Necker. Única hija del conocido político y banquero y más conocida como Madame de Staël y

primera mujer que escribió de opinión pública. En *Sobre las circunstancias actuales...* (h. 1798) (1993), dedicada a explicar el tránsito entre el espíritu revolucionario y la ideología liberal posrevolucionaria, ocupó tres capítulos –“La opinión pública”, “La prensa” y “Los escritores”- para subrayar el nuevo papel y significado que adquirirían en el liberalismo. En *Consideraciones sobre la Revolución Francesa* (1818) –obra póstuma- la opinión pública, unida a la defensa que realiza de su padre, recorre el conjunto del texto. De esta obra, W. Bauer, en 1914, comenta, “sus consideraciones sobre la Revolución, en el fondo, no son otra cosa que anotaciones acerca de la historia de la opinión pública durante la Revolución” (Bauer, 2009, 56).

Evidente es referirse a Alexis de Tocqueville y al libro III de *El Antiguo Régimen y la Revolución* (1982) [1856] para señalar la influencia permanente que su interpretación de la politización de la literatura y a la vez “literaturización” de la política mantiene en los estudios de historia de la opinión pública. La “política abstracta y literaria” de los hombres de letras, convertidos en políticos y guías de la opinión, marcó el cambio de la discusión política desde las instituciones a la sociabilidad intelectual. La influencia de este capítulo, seguida y distanciada, ha alcanzado a todos aquellos que abordan el capítulo clásico de los intelectuales y la opinión pública (Chartier, 2003; 13-32). *La democracia en América* (2010) [1835] es un patrimonio intelectual del que la opinión pública se nutre permanentemente.

La entrada en España de *l'opinion publique*, y el mundo de la prensa, los clubes, las tabernas, las guinguetas, los partidos y la discusión pública que la ponen en funcionamiento, sigue reteniendo en la correspondencia diplomática del VI Conde de Fernán Núñez –embajador en París 1787-1791- la primera descripción pormenorizada y valoración de dicha expresión y funcionamiento (Prieto, 1997). La correspondencia enviada a Floridablanca recogió y subrayó con detalle los ámbitos públicos de formación y la fuerza que la opinión pública había adquirido en París. Amigo de Necker –como su predecesor el Conde de Aranda (París, 1773-1787)- Fernán Núñez informó de las ideas y los escritos del banquero y político. Las consecuencias que para la “publicidad” y la discusión tuvo la publicación del *Compte Rendu* (2005 [1781]) no se olvidaron en su correspondencia. Incluso, llegó a enviar a Madrid *La importancia de las opiniones religiosas* (1788), y recomendar la traducción. Un libro que la Inquisición incluyó en el Índice desde su llegada. En esta correspondencia la expresión “opinión pública” nunca requirió una puntualización explicativa para su destinatario.

Para las Cortes de Cádiz, y el período anterior y posterior, las figuras de Jovellanos, Cabarrús, Lista, Arguelles o Toreno representan el perno entre la influencia francesa e inglesa y el comienzo de la experiencia española (Rospir, 1990: 95-100; Fernández Sebastián, Capellán de Miguel, 2008; Fernández Sarasola, 2010). La influencia inglesa, el espejo de los Comunes y la inclinación por Burke y Bentham en detrimento de los doctrinarios franceses, quedó plasmada en las *Lecciones de Derecho Constitucional* que Antonio Alcalá Galiano dictó en 1838 en el Ateneo de Madrid (Alcalá Galiano, 1984) [1838]. El capítulo clásico de la información parlamentaria – inicio, elaboración e influencia en la opinión pública- seguido en todos los países tiene en *El Conciso* gaditano el ejemplo más representativo (Durán López, 2008).

En Alemania la preocupación académica por la opinión pública se desarrolló entre 1875 y 1933. Característica de esta atención y período fue la ubicación de la prensa y la opinión pública como instituciones problemáticas en el seno del Estado. Una localización y desarrollo cuyas contribuciones y consecuencias no estaban claras y que obligaba a estudiarlas en el contexto de la economía, la filosofía, el derecho, la cultura, la sociología y el pensamiento político. Un punto de partida y de interés diferente a la tradición angloamericana y francesa en la que la garantía de la libertad de prensa y sus relaciones con la sociedad es el centro de la explicación.

Después de los precedentes de Gesdorff, 1846, y Bluntschli, 1862, serán Wuttke, Schaffle y Holtzendorff quienes establezcan un primer estadio de atención conceptual e histórica. La última publicación del historiador H. Wuttke fue, *Die Deutschen zeitschriften und die entshung der oeffentlichen meinung (Los periódicos alemanes y el nacimiento de la opinión pública)*, (2009) [1875]. Un estudio de dieciséis capítulos dedicado a la presencia y desarrollo de la prensa entre 1866 y 1874 y su vinculación con la opinión pública. El sociólogo A. Schaffle publicó *Bau und leben des sozialen körpes (Estructura y vida del cuerpo social)* en cuatro volúmenes entre 1875-1879. Desde el organicismo sociológico (influencia de Comte y Spencer) que caracteriza su pensamiento, Schaffle, en el primer volumen, emprendió el análisis de la opinión pública, el público, la prensa y la esfera pública considerándolos como el sistema nervioso de la sociedad. La opinión pública y la esfera pública (*öffentlichkeit*) es definida como un espacio de intercambio personal y simbólico, de discusión pacífica y de fuente de decisiones políticas. La prensa, aunque señalada y valorada en relación con el ámbito de su corrupción política y económica –algo común en los autores de la época- es reconocida como “una necesidad sico-social”. Los salones, los clubes, las

cervecerías, etc. constituían igualmente fundamentos psicológicos para la opinión pública. En los paralelismos biológicos la opinión pública no pertenecía a la representación de las opiniones sino a las necesidades y naturaleza del cuerpo social.

Franz V. Holtzendorff con *Esencia y valor de la opinión pública* (2011) [1879] representa el intento más decidido y distintivo a favor del estudio académico de la opinión pública. La influencia que ejerció en Europa el *bestseller* de Jean L. De Lolme, *Constitución de Inglaterra* (1992) [1771], también alcanzó a nuestro autor y le sirvió para afirmar que “todavía hoy hemos de decir que Inglaterra es el suelo clásico de la opinión pública, el suelo en el que ella conquistó por primera vez su derecho de existencia en conexión con una prensa libre” (Holtzendorff, 2011: 55-56). Las páginas que De Lolme (Libro, II, cap. 12-19) dedicó a la libertad de prensa, a la autoridad o potestad censoria que reside en las opiniones del pueblo, a la información parlamentaria, en suma, a la publicidad que el ginebrino describe para Inglaterra explican parte de la admiración de Holtzendorff por el modelo inglés.

En el capítulo VI –Proceso de nacimiento de la opinión pública- Holtzendorff cita, entre otros, a Lord Macaulay aunque sin mencionar el título de su obra más conocida, *Historia de Inglaterra* [1848-1855]. Y reconoce que “los países donde los historiadores han observado este problema (nacimiento de la opinión pública) con mayor exactitud son aquellos en los que los fenómenos de la opinión pública mejor se dejan sentir e influyen más en la vida pública. En esto Inglaterra ha estado en primera línea” (Holtzendorff, 2011: 111). Los factores o fenómenos que identifica nuestro autor son aquellos que Macaulay –siguiendo una senda apuntada por David Hume- había recogido en el Libro I de su *Historia*: teatros, coffeehouse, revistas, clubes y cuestiones de interés económico (Macaulay, T. I: 360-2). Esta inclinación por el modelo inglés, el parlamentarismo clásico británico 1832-1867, explica la escasa atención que Francia y los autores y momentos más destacados en la génesis de la opinión pública recibe en el transcurso de la obra.

El conjunto de las anticipaciones conceptuales y problemas relacionados con la formación y expresión de la opinión pública que emprendió en el capítulo primero –La opinión pública como objeto de investigación científica- sigue siendo el más conocido. Este capítulo se publicó en España en el Boletín de la Institución Libre de Enseñanza (1896, T. XX, nº 434) (Rospir, 1990: 120-23). El posible traductor, Adolfo Posada, narra con afecto en *Fragmentos de mis Memorias* su encuentro con el autor en Bolonia en 1888, un año antes de su muerte. “Era Holtzendorff –escribe- un admirador de

España. Sus frases entusiastas, de hispanófilo, rebelaban un conocimiento nada superficial de nuestra historia y cultura...conocía muy a fondo la cultura española...podía gozar la belleza de sus obras en lengua original” (Posada, 1983: 245-6).

En el siglo XX Wilhelm Bauer y Ferdinand Tönnies fijaron su atención histórica en ambos espejos europeos aunque con diferente resultado. W. Bauer en el capítulo primero –Sobre la historia del concepto Opinión Pública- del clásico *La opinión pública y sus bases históricas* (2009 [1914]) asienta la influencia francesa a partir del precedente inglés que recoge. “La revolución francesa había conseguido dos cosas. Convirtió en un lema eficaz de la política en general el concepto de opinión pública, difundido de forma consciente por primera vez en Inglaterra...En el remolino de aquella época no había suficiente tiempo libre para la teoría” (Bauer, 2009; 172). Esta interpretación transitará a favor en los trabajos de Habermas (1981; 103, 106) y de Baker (1990; 172) y será revisada por Gunn (1983; 261, 266-7, 314). También decir que Palmer (1936; 230 n. 1) calificó este capítulo de Bauer de “sugestivo” pero “inadecuado” y que Tönnies lo criticará en 1916. La paternidad alemana en el uso del término “opinión pública” fue reconocida en Georg Foster, 1794 (Bauer, 2009:58). Una paternidad seguida en numerosos trabajos y revisada y cambiada en los más recientes (Tortarolo, 1995: 144-5).

Ferdinand Tönnies representa y pertenece al período de cambio en el que la opinión pública aminora su énfasis en la concepción normativa del liberalismo clásico (influencia y control sobre los gobiernos representativos) para iniciar una presentación sociológica. En *Comunidad y Asociación* (2009 [1887]), punto de partida, estableció las diferencias entre tradición, costumbre, religión y opinión pública y explicó el por qué la última (la opinión pública) nacía con la sociedad (asociación) y las tres primeras con la comunidad (Tönnies, 2009: 181-84). *Kritik der öffentlichen Meinung* (1981 [1922]) (*Crítica de la opinión pública*) recoge el núcleo fundamental de su explicación en esta materia. Dividida en dos partes la primera desarrolla la génesis y etimología de la opinión pública y la segunda un conjunto de consideraciones históricas. Aunque conocida como la primera obra que sitúa la opinión pública dentro de una amplia propuesta sociológica es en el capítulo 8 –La opinión pública como factor en la vida del Estado- donde la narración y comparación histórica se hace más fluida e intensa (Tönnies, 1981: 321-439).

El primer apartado, una novedad de Tönnies, fue la descripción y comentario de la opinión pública en Estados Unidos. Con Bryce (1995) –Parte IV- como hilo conductor subrayó las diferencias entre Estados Unidos y Europa. Y encontró que en Estados Unidos por sus circunstancias sociales (escribe entre 1915-1921) la opinión pública era “marcadamente diferente” de la de otros países. Inglaterra recibió una descripción general de su historia política y una atención bastante breve. Francia le permitió subrayar la importancia de Necker, Sieyès, M de Staël o la interpretación de Tocqueville, así como el cambio que la discusión política y la opinión pública habían vivido antes de la Revolución. El capítulo se cierra con Alemania y la transformación que para la formación y expresión de la opinión pública implicaba la “sociedad” (asociación) surgida desde mediados del siglo XVIII. La descompensada atención entre Estados Unidos y Alemania, por un lado, con 41 y 38 páginas respectivamente y, por otro, Inglaterra y Francia, con 12 y 27, representa una relativa ruptura con el “espejo” histórico seguido hasta entonces. A la vez, tanto Estados Unidos como Alemania fueron tamizadas desde el conjunto del sistema sociológico del autor. Un capítulo que le aleja de la narración de Bauer, 1914.

Francis Wilson (1962: 111; 117-21) calificó este libro como “típicamente alemán” por la persistencia que seguía en la formación y expresión de la opinión pública en detrimento del papel e influencia que ejerce en los gobiernos representativos. Una interpretación, la de Wilson, que pertenecía a la tradición –cliché- anglo-americana dominante durante décadas. Y que olvidaba el motivo u origen del libro de Tönnies. Según refiere en la Introducción dar respuesta a la interpretación psico-sociológica iniciada por G. Tarde en *La opinión y la multitud* (1986) [1901]. Muestra del impacto de *Kritik der öffentlichen Meinung* en Alemania es la valoración que C. Schmitt realizó, 1928, dentro de la crítica a los trabajos sociológicos y jurídicos sobre opinión pública del siglo XX. “Constituye –escribe- la más importante investigación sociológica sobre el tema” (Schmitt, 1996: 243). En Estados Unidos la primera referencia, 1923, es la adhesión de E. Bernays (1998: 125-6) a la afirmación e interpretación que abre el último capítulo de *Kritik*: “el futuro de la opinión pública es el futuro de la civilización”.

En 1923 Tönnies publicó “El poder y valor de la opinión pública” (Tönnies, 1971: 251-65). Punto de partida es Francia –Necker, Meunier, Morellet, Sieyès- para señalar “lo que uno puede llamar el descubrimiento de la opinión pública”. Aunque con una referencia más política que sociológica en el inicio del texto, Tönnies, una vez más, avanzó una mirada sociológica sobre las circunstancias políticas que acompañan la

manifestación y expresión de la opinión pública: la prensa, los parlamentos o el reconocimiento de su poder. A Francia y Alemania volvería con dos artículos en 1927 y 1928. En el primero se ocupó de Necker y la opinión pública como factor en el arte de gobernar. Una idea que el norteamericano Palmer recogerá en su escrito de 1936. En el segundo se detuvo en C. Martin Wieland, y su trabajo “periodístico” (siglo XVIII), y en el ensayo de Christiam Garve –*Sobre la opinión pública*, 1802- calificando a ambos autores de clásicos de la tradición alemana. La década de 1920 se cerró en Alemania con el libro de Hans A. Münster (1929). Una publicación que recogió extractos, y notas comentadas de Necker, Gesdorff o Holtzendorff, entre otros, y que representa el primer “Reader” de opinión pública en lengua alemana. Una contribución un año posterior a la realizada por W. B. Graves en Estados Unidos (Rospir, 2010: 92).

La atención pormenorizada que Bauer y Tönnies prestaron a los procesos de formación y expresión de la opinión pública fuera de la corriente habitual (partidos, Parlamentos, gobiernos, libertad de prensa) definió un campo de atención que será seguido por la sociología y por la historia. En 1931, antes de salir de Alemania, Karl Mannheim había redactado *Ensayos de sociología de la cultura* (1956). El papel activo que hoy se reconoce a los salones, los cafés, los clubes y los escritores en la formación de la opinión pública fue recogido y valorado para subrayar el proceso de cambio que en el siglo XVIII había sufrido dicha formación y expresión (Mannheim, 1956: 130-143). Siguiendo el libro pionero de C. B. Tinker, 1915, y los artículos de la *History of English Literature* (vols IX y X; 1913, 1914), Mannheim consideró al Café “como el reino de la conversación” a la vez que “casa cuna de la cultura burguesa”. De los salones interpreta que “marcan el punto de partida en el desarrollo del público desde el tipo feudal al tipo democrático”. El Coffee-House era la fuente del nuevo estilo periodístico y de contenidos que empezaban a difundirse.

Ernest Manheim, primo de Karl, publicó en 1933 *La opinión pública* – traducción de Francisco Ayala- con el sugestivo subtítulo de “Estudio sobre sociología de la publicidad”. Entendió la opinión pública como “objeto de una discusión continua y llena de vicisitudes”. “Los grados de la publicidad burguesa del siglo XVIII” – segunda parte del libro (Manheim, 1936: 111-138)- es una ruptura con los espejos o clichés inglés y francés y Alemania como objeto de estudio. La mirada sociológica se detuvo en las sociedades patrióticas, la masonería, las tertulias berlinesas, los semanarios morales, los clubes y las sociedades de lectura. “Una publicidad –escribe- a la que corresponda el predicado burgués en el sentido pleno de la palabra, es en

Alemania un fenómeno histórico que sólo se dio una vez en el siglo XVIII” (Manheim, 1936: 182). Un capítulo que Habermas citará al tratar “las instituciones de la publicidad” (cap. II) en su obra de 1962.

En Italia fue Livio Minguzzi, *La teoría de la opinión pública en el Estado constitucional* (2011) [1887], el primero en realizar una exposición teórica sobre las relaciones entre el Estado y la opinión pública. Después de tratar temas tan clásicos, y modernos, como el problema de la definición, las relaciones con la política exterior o la necesidad de concretar una opinión pública desde la publicidad parlamentaria y no sólo la periodística, se detuvo en el espejo inglés y norteamericano (capítulo 5) para destacar como en ambas realidades la opinión pública era un “auténtico elemento del gobierno libre”. El libro fue un esfuerzo teórico, que como él declara, intento superar la propuesta de las “ciencias sociales” y de la “doctrina general”.

La atención histórica en Norteamérica empezó con la mirada puesta en Europa. Del conjunto de contribuciones (Rospir, 2010: 32-37; 288-9) es Paul A. Palmer (1936) el que retiene el calificativo de pionero. Su artículo, antes tesis doctoral, sobre el concepto de opinión pública en la teoría política siguió a los autores alemanes como trabazón de su exposición. Centrado en la búsqueda del concepto situó la atención en Francia y Alemania más que en Inglaterra. También en 1936 el historiador William T. Laprade, al volver de su estancia en Inglaterra, publicó *Public Opinion and Politics in Eighteenth Century England* (1977) [1936]. Un estudio pormenorizado sobre el fenómeno de la opinión pública entre 1700 y 1742 a partir de una abigarrada documentación periodística y parlamentaria. El vínculo permanente entre prensa y opinión pública Laprade lo centro en Robert Walpole y la llamada “Robinocracy”.

Francis Wilson (1962) publicó la primera monografía dedicada a la historia del concepto. Exponente de la tradición anglo-americana (capítulo, 4), sin embargo, apenas atendió al origen de dicho fenómeno y concepto en Norteamérica. La invitación a una nueva historia de la opinión pública llegó con Hans Speier (1950). Una historia que además de incluir autores y obras incluyese la génesis y desarrollo de la comunicación: los ámbitos públicos en los que las opiniones se forman y expresan. El peso de “la tradición clásica” en los estudios sociológicos de los años cincuenta fue analizado en el conocido artículo de P. F. Lazarsfeld, “La opinión pública y la tradición clásica” (1957) (Rospir, 2004: 873-889). El sociólogo Lewis Coser, centrado en la relación entre los intelectuales y su público, dedicó la primera parte de *Hombres de Ideas* (1968: 19-121) –Los escenarios de la vida pública- a explicar el cambio y las consecuencias que los

salones, el Café, las sociedades científicas, el escritor profesional y la mercantilización de la escritura, entre otros escenarios, representaron para la formación y difusión de las nuevas ideas y opiniones. Una narración –calificada como “sociología histórica”- que encontró una pronta continuidad en los estudios de opinión pública.

2. CINCUENTA AÑOS CON JÜRGEN HABERMAS

La historia moderna de la opinión pública se recoge y avanza en el último tercio del siglo XX. Dentro del dominio empírico y mediático que amolda su investigación desde 1930 la dimensión histórica ha revivido en las humanidades y las ciencias sociales. Despejada u olvidada la interacción con los autores anteriores la historia de la opinión pública resurge incurso en la investigación de nuevas categorías, grupos sociales, comportamientos y contextos. Gravitando sobre “casos históricos concretos” ha abierto una nueva explicación sobre la ascendencia de dicho fenómeno y concepto.

Motivo, y punto de partida, como es sabido, es la publicación en 1962 del libro de Jürgen Habermas *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Un libro que, fuera del mundo de lengua alemana, necesitó bastantes años hasta recibir las primeras traducciones y con ellas el reconocimiento internacional. La primera traducción, en 1978, fue al francés: *L'espace Public: Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. La segunda, en 1981, al español: *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. (En adelante *HCOP*). La tercera, 1989, al inglés: *The Structural Transformation of the Public Sphere: An inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Las tres traducciones difieren del original: la transformación estructural de la publicidad. Las ediciones americana y francesa han introducido un vocabulario, no exento de implicaciones y desviaciones, que ha permitido el uso generalizado de *Öffentlichkeit* por “esfera pública” y “espacio público”. De la elección comercial del título español da cumplida cuenta el traductor definiéndose ajeno a la misma y responsable únicamente de lo que aparece como subtítulo: La transformación estructural de la vida pública. Con anterioridad a las traducciones, Peter Hohendahl en *New German Critique* (v. 3, 1974; v. 11, 1977; v. 16, 1979) se ocupó de la divulgación de la propuesta de Habermas en esta materia.

Desde la edición americana de 1989, verdadero lanzamiento internacional del libro, la lectura e interpretación realizada por los historiadores han incitado la nueva etapa que comentamos. Sin embargo, esta lectura y relectura olvida con frecuencia que los trabajos de Habermas siempre conducen al presente. Especialmente el que comentamos. La segunda parte del libro (el presente) es el motivo de la primera (la parte histórica). La discrepancia o acuerdo de los historiadores está circunscrita a argumentos y datos históricos concretos pero no tanto a la discusión o revisión del núcleo de su obra: la teoría crítica y el presente que explica. Es la tensión o controversia con un libro que no es de historia y con un autor que no es historiador. Y sin embargo, en la materia que tratamos –el origen de la opinión pública- es el que más ha influido en los últimos veinte años. El grado de cumplimiento o incumplimiento que los historiadores encuentran del *modelo* habermasiano en el siglo XVIII, la parte más original e interesante del libro, es la discusión que más ha vigorizado la indagación historia de la opinión pública.

La influencia de Habermas en las investigaciones del siglo XVIII en su conjunto -Revolución francesa, aparición del público lector, comercialización de la cultura, publicidad burguesa, *sociabilité*, y opinión pública- es admitida y reconocida. Desde 1989 una miríada de publicaciones empuja esta nueva dirección Texto de referencia, como gran primera discusión, es el libro editado por Craig Calhoun en 1992: *Habermas and the Public Sphere*. Es el resultado del Congreso que Calhoun organizó (septiembre de 1989) con motivo de la traducción al inglés –veintisiete años después de la edición alemana- en la Universidad de Carolina del Norte (Chappel Hill). Al interés particular de los 16 capítulos cabe añadir el de Habermas aclarando o afirmando algunas de las propuestas de la edición original, así como las respuestas a algunos de los autores de los capítulos anteriores. Este capítulo aparece en la cuarta edición española, 1994, como “Prefacio a la nueva edición alemana de 1990”. Un Prefacio que, en ocasiones, sin conocer los textos e intervenciones a los que el autor contesta resulta confuso y desorientador (Habermas, 1994: 1-36; 1996a: 421-461). Otra contribución (capítulo de conclusiones) son las respuestas que Habermas dio a algunas de las preguntas realizadas en el trascurso del Congreso (Habermas, 1996b: 462-478). El libro de Calhoun, aunque dividido en tres partes –modelo filosófico, historia y comunicación pública-, está presidido por el peso del siglo XVIII.

Habermas, en el capítulo que recoge su posición en 1962, aclara algunas de las críticas más conocidas. Por ejemplo, las referidas a la escasa atención que dedicó a la

“esfera pública plebeya”. “En atención a la fase jacobina de la Revolución francesa y al movimiento *cartista*, hablé de los comienzos de una publicidad plebeya y mantuve que podía ser dejada de lado y considerada como una variante de la publicidad burguesa, como una variante reprimida en el proceso histórico” (Habermas, 1996a: 425). Tras esta declaración, reconoce la contribución de E. P. Thompson –*La formación de la clase obrera* (2012) [1963]- y de otros autores, para declarar, “ahora, como entonces, creo que este tipo de publicidad (que únicamente quedó bosquejado en el apartado 2 de *HCOP*) configura el trasfondo histórico para las formas modernas de la comunicación pública” (1996a: 426). También nos dice que “debe confesar” que “ha sido la gran obra de Mijail Bajtin –*La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais* (1987 [1965])- la primera que me abrió los ojos a la dinámica interna de la cultura popular. “Esta cultura del pueblo común aparentemente no era por ningún medio solamente un telón de fondo, esto es, un eco pasivo de la cultura dominante”. Entiende que era “un contraproyecto” al mundo jerárquico de la dominación (Habermas, 1996a: 427).

Al referirse a la transformación estructural de la publicidad, segunda parte del libro, recoge las influencias o dependencias que recibió del constitucionalista W. Abendroth, receptor de la dedicatoria del libro, y de Lazarsfeld y su explicación de la sociología de la comunicación. Tampoco hay que olvidar el agradecimiento que señala en la nota 2, cap. IV de *HCOP*, “a la sobresaliente investigación de Kosellek –*Crítica y Crisis* (2007, [1959])- tengo que agradecer muchas pistas e indicaciones”. Volviendo a la valoración de esta transformación, Habermas (1996a: 438) escribe, “dicho brevemente, resulta demasiado simplista mi diagnóstico de un desarrollo rectilíneo desde el público políticamente activo hasta el público reflejado en una mala publicidad, desde el público discutidor de cultura hasta el público consumidor de cultura. En su momento juzgué con excesivo pesimismo la capacidad de resistencia y, sobre todo, el potencial crítico de un público de masas pluralista y diferenciado internamente”.

En las respuestas del Congreso (septiembre 1989) puntualizará su posición una vez más. Así, por ejemplo, escribe, “pienso que la esfera pública en el sentido que yo he intentado definirla, solamente surgió con la transformación de la ruptura entre la alta cultura y la cultura popular que ha sido característica de las sociedades premodernas” (Habermas, 1996b: 464-5). También manifestó sus dudas sobre la posibilidad de trasladar dicho concepto (esfera pública) a los siglos XVI y XVII. La interpretación de la opinión pública como una “representación retórica”, un conflicto o lucha sobre los

significados simbólicos, la denuncia como un exceso de “sobreculturización” de los historiadores actuales. Una posición, entiende, que relega las implicaciones económicas, las instituciones o el conflicto político y social.

Las tres declaraciones: 1) la referida a la evolución del público, 2) a la génesis y transformación de la esfera pública burguesa y 3) el desacuerdo con una opinión pública entendida como “representación retórica” constituyen hoy los tres campos de investigación más vivos en la historia de la opinión pública.

2.1. Espacialización y elasticidad de la opinión pública

Referidas a los dos primeros puntos, por la reformulación que realiza, se ha vuelto recurrente el capítulo de Geoff Eley (1996: 289-338). Eley insiste en recordarnos los trabajos de historia social inglesa para denunciar la injustificada idealización que Habermas ha realizado de la publicidad burguesa. Señala los trabajos de Raymond Williams – *Culture and Society, 1750-1950* (1958) y *The Long Revolution* (1961) hoy casi olvidados- para aclararnos las similitudes que Habermas ofrece en su evolución y marco teórico del público en los siglos XVII y XVIII y el declinar posterior. También introduce la figura de J. H. Plumb –*Growth of Political Stability in England, 1675-1725* (1967) y la explicación y marco que ofrece de la “cultura urbana”, el público lector, la comercialización, el ocio o la expansión del capitalismo en un marco más amplio que el de Habermas. John Brewer, discípulo de Plumb, ha contribuido a la génesis de la opinión pública de modo certero con *Party ideology and popular politics at the accession of George III* (1976) (especialmente cap 8 a 11). Eley marca la explicación de Brewer de la extensión extraparlamentaria que la política conoció gracias a la prensa y la discusión que promovió. Brewer, además de la prensa, analizó las formas “populares” o alternativas de lo que llamó la “comunicación política” en el siglo XVIII (cap. 9). El libro, escribe Eley, es un excelente punto de partida para el estudio de la tradición liberal. Un origen más amplio que la “esfera pública burguesa” propuesta por Habermas. A estas consideraciones, Eley, añadió otras tres referidas al problema del “género” en la esfera pública, el Estado y la cultura popular. El lugar de la mujer en la esfera pública sigue teniendo en el libro de Joan B. Landes, *Women and the Public Sphere in the Age of the French Revolution* (1988), el punto de partida y de controversia (Gordon, 1992).

Para los historiadores actuales la evolución del público aparece envuelta en la historia de la prensa y es investigada desde un claro deseo de distanciamiento de la posición de Habermas. H. Barker y S. Burrows (2007) con, y desde, las investigaciones de once historiadores que incluyen países no habituales en la historia de la opinión pública (Rusia, Holanda, Irlanda o Italia) alcanzan la conclusión de que el modelo de Habermas, en principio, es aplicable como categoría más allá de los países que recoge (Inglaterra, Francia y Alemania) pero no tanto en lo que se refiere a estudios históricos concretos. Una conclusión que obvia que Habermas no estudia casos concretos. También señalan, desde las contribuciones reunidas, que el énfasis en la esfera pública burguesa, asociado a los periódicos y a las clases medias, “no es particularmente útil”. Igualmente insisten en que, fuera de Gran Bretaña, Norteamérica y Holanda, los lectores tenían una reducida presencia en el debate político en los periódicos. Los periódicos sólo ofrecen un foro de debate político dentro de los períodos revolucionarios. Los lectores discutían en forma y foros distintos a los de la prensa (Barker, Burrows, 2007: 11, 13, 15). El capítulo sobre la “prensa cosmopolita” –hoy hablamos de periódicos y revistas de circulación internacional- refuerza esta misma tesis (Burrows, 2007: 23-47).

Un renovado capítulo en el estudio del público es el etiquetado como “revolución lectora”. Expresión y tesis acuñada por R. Engelsing en 1999 (2001). Una vez más, Inglaterra, Francia y Alemania se han convertido en el banco de pruebas que confirma la extensión y composición de dicha revolución. Son estudios que ofrecen una explicación más amplia que la estricta categoría de “público lector” y “público consumidor” empleada por Habermas. Estudio de partida moderno es el de H. E. Bödeker (1990). Centrado en Alemania ha estudiado los nuevos hábitos lectores, comportamientos, desde una profusa base documental. La ausencia en Alemania de una capital literaria al estilo de París o Londres es el punto de arranque para la proliferación de revistas en el siglo XVIII. (De los 4000 títulos conocidos, 3000 surgieron en la segunda mitad). Citando los trabajos de otros autores entra en el delicado y viejo tema de la “circulación” (número de lectores). Admite, sin explicación clara, el multiplicador de diez lectores por ejemplar. Otros estudios, y otros países, y como hicieron los autores del siglo XIX, elevan este multiplicador a veinte. Ante tan significativo número de títulos, número de copias y de lectores, reconoce el proceso que está teniendo lugar como la transformación de un hábito, comportamiento, de “lectura intensiva” a otro de “lectura extensiva”. Es decir, ya no se lee y relee un mismo texto, religioso con frecuencia, sino las novedades de actualidad, los semanarios morales, de costumbres, de

moda, los periódicos, las novelas. El hábito de la “lectura extensiva” está en la raíz del nuevo consumo y ocio literario. Esta misma revolución ha sido estudiada por Chartier en Francia (2003: 51-107) y ampliada geográficamente por Horn Melton (2009: 107-187).

El nacimiento de la prensa política en Alemania lo fecha en la década de 1770 y señala a C. Martin Wieland (1773-1810) y *Teutscher Mercur* (1773-1810) como la primera revista de esta clase. La novedad de Wieland (autor citado por Tönnies, E. Manheim y Palmer) consistió en la incorporación de “estadísticas”. La publicidad, opinión pública, acababa de encontrar una nueva materia prima, bastidor para la discusión y el raciocinio. Las estadísticas, las cuentas públicas, y el despotismo se volvían incompatibles. Las estadísticas significaban un nuevo retrato del poder y del Estado. Así, por ejemplo, la Lista Civil en Inglaterra o el Presupuesto en Francia fueron objeto de discusión en las décadas previas a la revolución. Las revistas dejaban su papel clásico de proveedoras de material para la discusión para emprender el de portadoras, estimuladoras y representantes del discurso político. La función de control de las estadísticas es para Bodeker más importante que la limitación institucional y demanda de participación que Habermas concede a la esfera pública burguesa.

La atención al cambio de estatus que vivieron los escritores de periódicos y revistas forma parte también de la historia del público. El tránsito de una consideración despectiva, actividad rechazable, a un reconocimiento profesional –finales del siglo XIX- pertenece al estudio de la esfera pública “ilustrada”. La profesionalización del periodista, dentro de la expansión de la revolución lectora y autonomía financiera de algunos periódicos, concierne al debate entre “periodismo literario” versus “político” y a los nuevos papeles políticos que desarrolló. Un periodismo pensado y publicado para un público cada vez más independiente.

Eckhart Hellmuth y W. Piereth (2007) han estudiado el público y la revolución lectora en Alemania, 1760-1815, y mantienen la tesis de que la esfera pública y su transformación es ininteligible sin referencia al Estado. Defienden que autores y lectores estaban al servicio del Estado, que por su condición formaban parte del mismo sistema que era objeto de su discusión o atención. La oposición entre público y Estado les parece menos convincente que la interpretación de que formaban parte de lo que llaman un “círculo cerrado”. “La transformación estructural de la vida pública en Alemania, por tanto, -escriben- fue empujada no solamente por las leyes comerciales y de consumo, sino igualmente por el Estado y sus Agentes” (Hellmuth, Piereth, 2007: 86).

Un estudio de caso en la explicación de la esfera pública, opuesta a la de Habermas, es el de Tortarolo (1995). Relacionando el público y la censura mantiene que en Berlín la esfera pública debió su origen al Estado, un origen político, y empezó a ser independiente a partir de 1780. Controlada y apoyada por los miembros del Estado la esfera pública surge de dos consensos. Uno, el concretado entre los autores, editores y censores prusianos interesados principalmente en el crecimiento de la industria editorial. Un acuerdo o consenso sobre las áreas de discusión en revistas y periódicos, alcanzado por las élites políticas y culturales. El otro, el referido a la interpretación de la libertad de prensa. Un medio de garantizar la continuidad editorial y el aumento de lectores sin incertidumbres y rupturas. Ambos consensos facilitarían la existencia de “múltiples esferas públicas” que una vez desarrolladas y puestas en contacto unas con otras cubrirían un ambiente de discusión más amplio y difícil de controlar por las élites que las propiciaron. La quiebra de los consensos surgirá con el nuevo debate sobre la libertad de prensa, 1788, y la influencia de la Revolución francesa. Los estudios sobre el desarrollo del público lector (revolución lectora) encuentran en los trabajos de Roger Chartier (2003; 1993), de G. Cavallo y R. Chartier (2001), de James Horn Melton (2009) y de Barker y Burrows (2007) una amplia presentación y discusión a la vez que una bibliografía complementaria.

El “tipo ideal” o contrapunto de esfera pública que Habermas describe en la primera parte de *HCOP* para después explicar su transformación y declive en el siglo XX retiene la atención en lo relativo a encontrar una alternativa o confirmación de su aplicabilidad. Sin embargo, hay que señalar, que hasta la fecha no se ha encontrado una alternativa convincente a dicha narración. La concepción unitaria que Habermas concede a la “esfera pública burguesa” es revisada desde las fronteras y zonas comunes, secantes, que desdibujan o ensanchan dicha composición unitaria. El estudio de la política parlamentaria y extraparlamentaria realizado por Brewer (1976), O’Gorman (1989) y Dickinson (1994) ha mostrado la fuerza, la musculatura, del ámbito extraparlamentario en la Inglaterra Hanoveriana. El nuevo alineamiento de partidos, la reorganización de la prensa, los debates de la reforma electoral, las noticias parlamentarias y su evolución en la prensa, las filtraciones, el “caso Wilkes” como ejemplo de personalización de un conflicto político y, sobre todo, el uso de las formas alternativas de comunicación política –*pamphlets*, caricaturas, canciones, protestas callejeras, correo postal, teatros, cafés- revelan una génesis y presencia de la opinión pública más plural, intensa y controvertida que la presentada por Habermas.

El libro editado por E. Hellmuth (19990), dedicado a Inglaterra y Alemania a finales del siglo XVIII, parte del problema de las comparaciones, en qué nos fijamos para poder comparar, y se sitúa en el proceso de politización, cultura política, que tuvo lugar en ambos países. Un concepto que permite a los autores comparar y revisar la famosa “variante continental” y el “modelo inglés”. Es decir, el cliché inglés como herramienta heurística para el análisis de otras realidades nacionales. Al trasladar la explicación de la opinión pública de un ámbito urbano, Londres y París, a una extensión “provincial”, las del Sacro Imperio, los diferentes autores rehúsan el encuentro con el cliché inglés. Los ocho capítulos de la última parte –La comunicación política de las ideas políticas- abordan el debate, y el problema, de la libertad de prensa y su correlación con la manifestación o presencia de la opinión pública en la sociedad. Un debate y un problema central en lo que respecta a las fronteras, contenidos y actividad interna en dicha esfera.

El problema de las fronteras entre esfera pública y privada, ya planteado por N. Bobbio en 1985, ha sido trasladado a Inglaterra, Alemania y Francia entre finales del siglo XVII y XVIII en el libro editado por D. Castiglione y L. Sharpe (1995). Tomando como punto de partida materias y contextos específicos –las cartas, los diarios, los museos, la prostitución, los derechos de la mujer, la libertad de prensa, la censura, la opinión pública e incluso una lectura de A. Smith, *Los sentimientos morales* (1759) - los autores introducen una sugestiva propuesta sobre la elasticidad de la esfera pública.

La distinción y oposición entre esfera privada y esfera pública a finales del Antiguo Régimen en Francia ha sido analizada, y denunciada como falsa, por Dena Goodman (1992). Compara la explicación de Habermas (*HCOP*) y el tomo III de *Historia de la vida privada* dirigido por R. Chartier (Ariès, Duby, 2001). Encuentra que ambas interpretaciones localizan sus argumentos en los mismos ámbitos de comportamiento: la *sociabilité* surgida en este período. Contenido distinto al de la “república de las letras” en la esfera pública es el recogido por M. Jacob (1994). Resumido como “paisaje mental” ha recordado la importancia del ámbito científico, presencia y difusión en la esfera pública y su transformación.

El escepticismo de los historiadores con el modelo habermasiano ha sido resumido por A. Gestrich (2006). La tesis de la importancia del Estado como principal conductor de las fuerzas que están detrás del proceso de génesis y transformación de la esfera pública descansa en la relevancia concedida al impulso que canalizó la infraestructura comunicativa. Recuerda que, por ejemplo, Habermas no se ocupó del

“correo postal”. De las inversiones y estructuras que los Estados impulsaron, red de oficinas postales, y servicio postal nacional e internacional. Una inversión realizada con la clara intención de aprovechar la prensa, y su distribución postal, como recurso de propaganda y de ocupación, de presencia en el debate público. Un servicio postal, una necesidad política, que permitió alcanzar un mercado más amplio, distinto al público de las ciudades y pequeñas comunidades. Una extensión de los periódicos y revistas que incide en la ampliación y composición de la esfera pública. Otra ausencia en la narración de Habermas es la referida a las guerras y las noticias constantes que promovían. Las noticias bélicas, además de motivo para la propaganda, estaban en la raíz de los “sentimientos patrióticos” que ayudaban a movilizar la opinión de los ciudadanos. (El autor estima en un 90% el contenido dedicado a las guerras en el siglo XVIII). El desarrollo y presencia constante de medios alternativos a la prensa –la esfera pública plebeya- es otro argumento a favor del escepticismo de los historiadores.

Las revisiones anteriores explican que el adjetivo “burguesa” empleado por Habermas para calificar a la esfera pública se halla perdido u olvidado con frecuencia. Nuevos adjetivos –ilustrada o mixta- y nuevas expresiones –espacio público- han surgido para salvar el problema de la composición y flexibilidad con que hoy se acentúa dicha esfera. Los nuevos comportamientos y agentes identificados consienten y justifican el cambio de adjetivo. En el estudio de la *sociabilité* la historiografía inglesa y francesa ha encontrado un caudal de investigación que corre en esta dirección. En Inglaterra las Sociedades de Debate (M. Thale, 1989), los *Coffee-House* (S. Pincus, 1995; B. Cowan, 2004; J. Horn Melton, 2009), los espectadores (consumidores de cultura) (E. Nicholzon, 1996) y los nuevos estudios sobre la prensa, el parlamento y la opinión pública (R. B. Walker, 1973; K. Schweizer, 2006, Melton, 2009), dibujan una nueva línea de partida en el estudio de la configuración de la esfera pública. En Francia, con frecuencia, la opinión pública y la esfera pública (espacio público en los autores franceses) aparece tratada como el eslabón, la ósmosis, entre la Ilustración y la Revolución. El estudio de la opinión pública conduce a la Revolución (D. Gordon, 1989, 1994; J. Popkin, 1989, 1991; D. Bell, 1992; B. Nathans, 1990; J. Cowans, 2001; C. Walton, 2009).

Del mismo modo, la cronología y distinción entre el “modelo inglés” y las “variantes continentales” ofrece para los historiadores la oportunidad de los estudio de casos concretos (países) y momentos históricos diferentes de los señalados en *HCOP*. Un calendario distinto al de *HCOP* se puede buscar en España, Italia, Holanda, Rusia, el

Sacro Imperio e incluso Estados Unidos (Rospir, 2010). Iberoamérica constituye, también, una experiencia propia que ha sido recientemente investigada (Golman, 2010).

La concepción de una esfera pública (opinión pública) emancipatoria frente a la autoridad real constituye actualmente la revisión más controvertida de *HCOP*. La composición plural y flexibilidad admitida por los historiadores permite una interpretación dual, entre emancipatoria y corroborativa, cuando se considera igualmente la presencia y vocación decidida de participación de los agentes estatales. Los ejemplos que mejor ilustran esta situación son los de Charles Fox y E. Burke en Inglaterra frente a las prerrogativas de Jorge III y el de Jacques Necker, ministro de finanzas de Luis XVI (1776-1781 y 1788-1789) en Francia. Necker, como Burke en Inglaterra, abrió la discusión de las finanzas públicas (el problema del crédito) con el objetivo de ganar la nueva fuerza política del siglo XVIII, la opinión pública. En el caso inglés a favor de la oposición parlamentaria y en el francés a favor de Luis XVI. Las dos iniciativas más conocidas de su primer ministerio, las “asambleas electas de propietarios” (1778-79) y la publicación del *Compte Rendu* (1781) fueron una inyección de publicidad destinada a disipar las sospechas de corrupción y obtener la indispensable confianza pública. Necker, 1788, también estableció la agenda de la monarquía para la reunión de los Estados Generales. Entre los numerosos asuntos a tratar la monarquía solicitó la opinión sobre “la justa medida de libertad que debe concederse a la prensa” Confianza y opinión pública como bastidor de la acción de gobierno. Una visión de la opinión pública que hay que interpretar más como fuerza corroborativa que emancipatoria del poder (R. Harris, 1979, 1986; M Ozouf, 1988:8; Horn Melton, 2009: 78-86; L. Burnand, 2004).

Otro ejemplo conocido es el que B. Lécuyer (1981: 170-185) califica como la “encuesta proto-científica” realizada por el *Contrôleur général* Orry en 1745. Un experimento que nos habla de la atención que la monarquía absoluta prestaba a las reacciones de apoyo o rechazo que pudieran surgir en la opinión pública ante determinadas medidas políticas. Orry pidió a los *intendants* que extendieran el rumor de una subida de impuestos. Y que una vez que hubiesen sido difundidos que le informasen de las “reacciones emocionales” y comentarios que provocaban. La información remitida por los *intendants* recogía los ámbitos públicos (lugares) en los que se manifestaban las reacciones y comentarios y el vocabulario con el que se expresaba el apoyo u oposición a dicha subida. En suma, un intento que suena moderno para conocer e intentar fijar la opinión pública desde el poder.

Una interpretación más exacta a favor de la propuesta de Habermas es la de H. Mah (2000). A partir de la terminología introducida en la edición americana, lo que llama la estandarización de *public sphere* por *öffentlichkeit*, Mah ha denunciado el entendimiento erróneo o modificación y reformulación conceptual que ha tenido lugar. Entiende que *public sphere* ha permitido una “especialización retórica” del concepto que le hace perder su identidad unitaria y ser concebido, y usado, como un espacio en el que se entra, se permanece y se sale. Un espacio que no es interpretado como único, sino múltiple y diverso en el que los distintos grupos que se incluyen desarrollan sus conflictos. La inclinación o vocación por la “especialización” del concepto viene promovida por el carácter restringido, burgués, que Habermas concede a su esfera. Para Mah, Habermas ha suministrado un vocabulario, un nuevo idioma, a estudios que ya estaban emprendidos.

2.2. Entre Inglaterra y Francia

La interpretación de la opinión pública como “representación retórica” tiene en el libro de Keit Baker (1990) la defensa más conocida. Es el autor al que Habermas responde en el libro de Calhoun (1996a, 1996b). La interpretación de Baker está recogida en el capítulo ocho: La opinión pública como invento político. Explicando la Revolución, y sus diferencias con Habermas, Baker escribe: “La opinión pública tomó forma como un constructo político o ideológico, más que como un directo referente sociológico. Emergió en el discurso político del siglo XVIII como una categoría abstracta, invocada por los autores de una nueva clase política para asegurar la legitimidad de las reclamaciones que ya no se podían exigir en los términos (y dentro del circuito de las instituciones tradicionales) de un orden político absolutista” (Baker, 1990: 172). Esta interpretación participa de los planteamientos de la “linguistic turn” (Escuela de Cambridge). Baker, con los autores que analiza, asume la posición de la autonomía del texto como clave del significado, como objeto de investigación, e ignora la externalidad de las condiciones y las limitaciones en las que los creadores elaboraron sus discursos. Corolario de su interpretación es que la opinión pública no pertenece ni se desarrolla en la cultura política de la monarquía absoluta, sino en el discurso de la Revolución. Un corolario abierto a la discusión permanente sobre la paternidad geográfica y cronológica de la opinión pública.

Si Baker retiene la nombradía de la opinión pública como “invento político” de la Revolución francesa, J. A. W. Gunn retiene el epicentro de los estudios de largo recorrido en cuanto al origen de la opinión pública: Inglaterra o Francia. Gunn es autor de dos de los estudios más amplios dedicados a la historia de la opinión pública. El primero a Inglaterra, *Beyond Liberty and Property* (1983) y el segundo a Francia, *Queen of the World* (1995).

Los trabajos de Gunn (1983, 1989, 1993, 1995) aseveran que el concepto actual de opinión pública, el que ha prevalecido en las democracias liberales, tiene su origen en la tradición anglo-sajona. El conjunto de su investigación rechaza o declina el canon o espejo francés – el “préstamo cultural” que dice Gunn- que recogieron y transmitieron las influyentes investigaciones de W. Bauer, 1914, F. Tönnies, 1922 y P. Palmer, 1936. Esta influencia y transmisión, hay que decir, se referenció en la génesis de un fenómeno y concepto de opinión pública que alcanzaba su expresión y realidad en y con la Revolución francesa. Gunn lo que ha investigado es la evolución, las raíces histórico políticas, del concepto de opinión pública que se adelanta en el siglo XVIII y se identifica en el XIX y XX. Es decir, el origen de la idea y concepto de opinión pública que llega hasta nosotros. Escribiendo desde un punto de vista contextualista, a diferencia de Baker centrado en el discurso, ha investigado el camino y el momento en el que se toma conciencia del fenómeno de la opinión pública y el tiempo, medio siglo después, en el que se concreta un primer concepto. El problema de cómo el fenómeno de la opinión pública llega a ser reconocido y entendido (Gunn, 1983: 6). La pregunta permanente de por qué se admite y extiende tan rápidamente.

El capítulo VII de *Beyond Liberty and Property* –Public spirit to public opinion– y el artículo “Public Opinion” (1989) constituyen los dos lugares de referencia para, de forma resumida, conocer su posición: que el concepto de opinión pública aparece en la discusión enredada (vocabulario político) sobre los mecanismos del poder (elecciones, parlamento, partidos, peticiones etc.) y es el resultado del conjunto de la experiencia nacional. No es un “préstamo cultural” (Gunn, 1983: 266-67). Más firme en “Public Opinion” escribe, “la Revolución francesa es a menudo retratada como marcando el nacimiento de la opinión pública. Esto apenas puede ser verdad, aunque los acontecimientos reflejen una erupción sin precedentes del sentimiento público” (Gunn, 1989: 255).

En *Queen of the World* realiza una extensa e intensa investigación de historia intelectual de la opinión pública desde el eje clásico de la relación entre el poder y la opinión. El subtítulo del libro –La opinión en la vida pública en Francia desde el Renacimiento a la Revolución- resume la tesis de la continuidad, y no la ruptura dramática, que el autor construye para demostrar la presencia de la opinión y el poder, y de la opinión pública más tarde, en la vida política de Francia en el periodo señalado.

Los problemas que presenta la evolución terminológica (*esprit public, bien public, cri public, murmure public, voie publique, la voix du public, conscience publique y opinion public*), la discusión de las fechas en las que se reconoce el fenómeno y los autores y fuentes que siguen ocupando lugares preferentes (*Dictionnaire de A'Académie Francaise, 1788, La Encyclopédie, Dictionnaire de Trevouv, Rousseau, Malesherbes, Condorcet, Necker*) han sido tratados por la historiadora francesa Mona Ozouf (1988). Ozouf, también revisa la tesis de Gunn insistiendo en una evolución que no descansa en los supuestos institucionales de la política inglesa que el profesor canadiense mantiene. Sostiene que sería equivocado ver la opinión pública únicamente operando como una crítica al absolutismo. Resalta las consecuencias que para la elaboración conceptual tuvo el reconocimiento de la opinión pública como *tribunal*. Una autoría que pertenece a Malesherbes en 1775 (“Un tribunal independiente de todos los poderes y respetado por todos los poderes”). Un tribunal anónimo que se hace visible como nueva autoridad. Para Ozouf la opinión pública emerge con los fisiócratas, un punto de coincidencia con Habermas. En el ámbito terminológico afirma que durante la segunda mitad del siglo XVIII las expresiones *opinion publique y esprit public* estuvieron en competencia pero que la Revolución tendió a optar por *esprit public* o incluso *conscience publique*. (Ozouf, 1988: S 1). La interpretación de Ozouf la ha resumido C. Walton. “Identifica –dice Walton- dos concepciones de la opinión pública al final del Antiguo Régimen: una de ellas liberal, moderna, pluralista (*l'opinion publique*); la otra iliberal, arcaica y unitaria (*l'esprit public*) (Walton, 2010: 26). Ambas concepciones, Ozouf, las encuadra en la cronología de la Revolución. La primera en el período de 1789-1792 y la segunda con el ascenso de los jacobinos al poder en 1792. Para Walton, estudioso de ambos períodos, la tensión en el “corazón de la opinión pública”, la tensión entre una concepción de la opinión pública como “autoridad soberana” y otra como “objeto de la disciplina y castigo del Estado”, está explicada por la ruptura y fragmentación de las instituciones del Antiguo régimen (Walton, 2010).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ALCALÁ GALIANO, A. (1984), *Lecciones de Derecho Constitucional* [1838], Madrid, Centro de Estudios Constitucionales.

ARIÈS, PH. y DUBY, G. (Eds.) (2001), *Historia de la vida privada. Vol. III. Del Renacimiento a la Ilustración*, Madrid, Taurus.

BAHEHOT, W. (2010), *La constitución inglesa* [1867], Madrid, Centro de Estudios Constitucionales.

BAJTIN, M. (1987), *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais* [1965], Madrid, Alianza Universidad.

BAKER, M. (1990), *Inventing the French Revolution*, Cambridge University Press.

BARKER, H. y BURROWS, S. (Eds.) (2007), *Press, Politics and the Public Sphere in Europe and North America 1760-1820*, Cambridge University Press.

BAUER, W. (2009), *La opinión pública y sus bases históricas* [1914], Santander, Publicaciones de la Universidad de Cantabria.

BELL, D. A. (1992), “The Public Sphere, the State, and the World of Law in Eighteenth-Century France”, en *French Historical Studies*, 17, 4, pp. 912-934.

BERNAYS, E. (1998), *Cristalizando la opinión pública* [1923], Barcelona, Gestión 2000.

BÖDEKER, H. E. (1990), “Journals and Public Opinion: The Politicization of the German Enlightenment in the Second Half of Eighteenth Century”, en E. Hellmuth (Ed.), *England and Germany in the Late Eighteenth Century*, Oxford University Press.

BREWER, J. (1976), *Party ideology and popular politics at the accession of George III*, Cambridge University Press.

BRYCE, J. (1995), *The American Commonwealth* [1988], Indianapolis, Liberty Fund.

BURNAND, L. (2004), *Necker et l'opinion publique*, Paris, Honoré Champion.

BURROWS, S. (2007), “The cosmopolitan press”, en H. Barker y S. Burrows (Eds.), *Press, Politics and the Public Sphere in Europe and North America*, Cambridge University Press, pp. 23-47.

CALHOUN, G. (Ed.) (1996), *Habermas and the Public Sphere*, The MIT Press.

CASTIGLIONE, D. y SHARPE, L. (Eds.) (1995), *Shifting the Boundaries*, Exeter, University of Exeter Press.

- CAVALLO, G. y CHARTIER, R. (Eds.) (2001), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus.
- CHARTIER, R. (2003), *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII. Los orígenes culturales de la Revolución Francesa*, Barcelona, Gedisa.
- COPELAND, D. (2007), “America, 1750-1820”, en H. Barker y S. Burrows (Eds.), *Press, Politics and the Public Sphere in Europe and North America 1760-1820*, Cambridge University Press.
- COSER, L. (1968), *Hombres de ideas. El punto de vista de un sociólogo*, México, Fondo de cultura Económica.
- COWAN, B. (2004), “The Rise of the Coffeehouse Reconsidered”, en *The Historical Journal*, 47, 1, pp. 21-46.
- COWANS, J. (2001), *To Speak for the People*, Nueva York, Routledge.
- DE LOLME, J. L. (1992), *Constitución de Inglaterra [1771]*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- DICEY, A. V. (1978), *Law and Public Opinion [1905]*, Nueva York, AMS Press.
- DICKINSON, H.T. (1994), *The Politics of the People in Eighteenth-Century Britain*, Londres, MacMillan Press.
- DURÁN LÓPEZ, F. (2008), “Diputados de papel: la información parlamentaria en la etapa constituyente (septiembre de 1810-marzo de 1812)”, en Cantos Casenave, M. F. Durán López; A. Romero Ferer, (Eds.), *La Guerra de Pluma*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 2008, T. 2º, pp. 37-282.
- ELEY, G. (1996), “Nations, Publics, and Political cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century”, en C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere*, the MIT Press, pp. 289-340.
- FERNÁNDEZ SARASOLA, I. (2010), “La opinión pública. De la Ilustración a las Cortes de Cádiz”, en *Ayer*, 80, pp. 53-81.
- FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J; CAPELLAN DE MIGUEL, G. (2008), “Historia del concepto opinión pública en España (1808-1936)”, en G. Capellán de Miguel (Ed.), *Opinión Pública. Historia y Presente*, Madrid, Trotta, pp. 21-51.
- GESTRICH, A. (2006), “The Public Sphere and the Habermas Debate”, en *German History*, 24, 3, pp. 413-430.
- GOLMAN, N. (2009), “Opinión Pública”, en J. Fernández Sebastián (Ed.), *Diccionario Hispano Americano*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

GOODMAN, D. (1992), "Public Sphere and Private Life: Toward a Synthesis of Current Historiographical Approaches to the Old Regime", en *History and Theory*, 31, 1, pp. 1-20.

GORDON, D. (1989), "Public Opinion and the civilizing Process in France: The Example of Morellet", en *Eighteenth-Century Studies*, 22, 3, pp. 302-328.

GORDON, D. (1992), "Philosophy, Sociology, and Gender in the Enlightenment Conception of Public Opinion", en *French Historical Studies*, 17, 4, pp. 882-911.

GORDON, D. (1994), *Citizens without Sovereignty. Equality and Sociability in French Thought, 1670-1789*, New Jersey, Princeton University Press.

GUNN, J. A. W. (1983), *Beyond Liberty and Property. The Process of Self-Recognition in Eighteenth-Century Political Thought*, Montreal, McGill-Queen's University Press.

- (1989), "Public Opinion", en T. Ball y J. Farr (Eds.), *Political Innovation and Conceptual Change*, Cambridge University Press, pp. 247-266.

- (1993), "Opinion in Eighteenth-Century Thought: What did the Concept Purport to Explain?" en *UTILITAS*, 5, 1, pp. 17-33.

- (1995), *Queen of the Word: Opinion in the Public Life of France from the Renaissance to the Revolution*, Oxford, Voltaire Foundation Oxford.

HABERMAS, J. (1981), *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili. (4ª edición, 1994).

- (1996a), "Further Reflexion on the Public Sphere", en G. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere*, The MIT Press, pp. 421-461.

- (1996b), "Concluding Remarks", en G. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere*, The MIT Press, pp. 462-479.

HARRIS, R. (1979), Necker, *Reform Statesman of the Ancien Régime*, Los Angeles, University of California Press.

- (1986), *Necker and the Revolution of 1789*, Lanhan, MD, University Press of America.

HELLMUTH, E. (Ed.), (1990), *England and Germany in the Late Eighteenth Century*, Oxford University Press.

HELLMUTH, E. y W. PIERETH. (2007), "Germany, 1760-1815", en H. Barker y S. Burrows (Eds.), *Press, Politics and the Public Sphere in Europe and North America, 1760-1820*, Cambridge University Press, pp. 69-92.

HORN MELTON, J. (2009), *La aparición del público durante la Ilustración europea*, Valencia, Universitat de València.

- HOLTZENDORFF, F. V., (2012), *Esencia y valor de la opinión pública* [1879], Santander, Universidad de Cantabria, Acopos.
- HUNT, F. K. (1850), *The Fourth Estate: Contributions Towards a History of Newspapers, and the Liberty of the Press*, London. (E-Book)
- JACOB, M. (1994), “The Mental Landscape of the Public Sphere: A European Perspective”, en *Eighteenth-Century Studies*, 28, 1, pp. 95-113.
- KOLLER, A. (2010), “The Public Sphere and Comparative Historical Research. An Introduction”, en *Social Science History*, 34, 3, pp. 261-290.
- KOSELLECK, R. (2007), *Crítica y Crisis. Un estudio sobre la patogénesis del mundo burgués* [1959], Madrid, Editorial Trotta.
- LANDES, J. B. (1988), *Women and Public Sphere in the Age of the French Revolution*, ITHACA.
- LAPRADE, W. T. (1977), *Public Opinion and Politics in Eighteenth Century England* [1936], Nueva York, Octagon Books.
- LAZARSELD, P.F. (1957), “Public opinion and the classical tradition”, en *Public Opinion Quarterly*, 21, 1, pp. 39-52.
- LÉCUYER, B. (1981), “Une quasi-experimentation sur les rumeurs au XVIII^e siècle: L’enquête proto-cientifique du contrôleur général Orry”, en R. Boudon; F. Bourricard y A. Girard (Eds.), *Science et théorie de o’opinion publique. Homenage Jean Stoetzel*, Paris, Retz, pp.170-185.
- LEWIS, G. C. (1849), *An Essay on the Influence of Authority in Maters of Opinion*, London, Google e-book.
- MACAULAY, T. B. (1962-69), *Macaulay’s History of England* [1848-1855], London, Dutton.
- MACKINNON, A. W. (1971), *On the Rise, Progress, and Present State of Public Opinion in Great Britain and other Parts of the Word* [1828], Schannon, Irish University Press.
- (1999), *History of Civilization and Public Opinion* [1846, 1849] (2 vols.), Kessinger Publishing.
- MAH, H. (2000), “Phantasies of the Public sphere: Rethinking the Habermas of Historians”, en *The Journal of Modern History*, 72, 1, pp. 153-182.
- MANHEIM, E. (1936), *La opinión pública* [1933], Madrid, Revista de Derecho Privado.
- MANNHEIM, K. (1971), *Essays of the Sociology of Culture* [1956], London, Routledge (4^a reimpresión).

- MAY, E. (2010), *The Constitutional History of England since the Accession of George III, 1760-1863* [1863], Londres, Nabu Press. (e-book).
- MOSELEY, J. (2010), *Political Elements or the Progress of Modern Legislation* [1852], London, Bibliolife.
- MÜNSTER, H. (1929), *Öffentliche Meinung und Pressfreiheit*, Berlin.
- NATHANS, B. (1990), “Habermas’s Public Sphere in the Era of the French Revolution”, en *French Historical Studies*, 16, 3, pp. 620-644.
- NECKER, J. (2005), *Compte Rendu ou Roy* [1781], Geneva, Slatkine Reprints.
- NICHOLSON, E. E. (1996), “Consumers and Spectators: the Public of the Political Print in Eighteenth-Century England”, en *History*, 81, nº 261, pp.5-21.
- O’GORMAN, F. (1989), *Voters, Patrons and Parties. The Unreformed Electorate of Hanoverian England, 1734-1832*, Oxford, Oxford University Press.
- OZOUF, M. (1988), “Public Opinion at the End of the Old Regime”, en *Journal of Modern History*, 60, septiembre, pp. S1-S21.
- PALMER, P. (1936), “The concept of Public Opinion in Political Theory”, en C. Wittke (Ed.), *Essays in History and Political Theory in Honour of Charles Howard McIlwain*, Harvard University Press, pp. 230-257.
- PINCUS, S. (1995), “Coffee Politicians Does Create: Coffeehouse and Restoration Political Culture”, en *The Journal of Modern History*, 67, 4, pp. 807-834.
- POPKIN, J. (1989), “Pamphlet Journalism at the End of the Old Regime”, en *Eighteenth-Century Studies*, 22, 3, pp. 351-367.
- POPKIN, J. (1991), “The Concept of Public Opinion in the Historiography of the French Revolution: A critique”, en *Storia della Storiografia*, 20, pp. 77-92.
- POSADA, A. (1983), *Fragmentos de mis Memorias*, Oviedo, Universidad de Oviedo.
- PRIETO, R. (1997), *La Revolución Francesa vista por el Embajador de España Conde de Fernán Núñez*, Madrid, Fundación Universitaria Española. (Documentos históricos, 16).
- ROSPIR, J. I. (1990), “Los orígenes de la opinión pública en España”, en A. Muñoz-Alonso; C. Monzón; J. I. Rospir; J. L. Dader, *Opinión Pública y Comunicación Política*, Madrid, Eudema, pp. 84-145.
- (2004), “Notas sobre La opinión pública y la tradición clásica (1957). Un Adiós de Paul Felix Lazarsfeld”, en VVAA, *Reflexiones Sociológicas. Libro Homenaje a José Castillo Castillo*, Madrid, CIS, pp. 873-889.

- (2008), “El siglo XX americano. Una propuesta de historia intelectual de la opinión pública”, en G. Capellán de Miguel (Ed.), *Opinión pública. Historia y Presente*, Madrid, Trotta, pp. 51-67.

- (2010), *Opinión Pública. La tradición americana, 1908-1965*, Madrid, Biblioteca Nueva.

- (2010), “Opinión Pública. El tránsito hacia el oeste: Los Estados Unidos. Una introducción (1787-1800)”, en *BROCAR*, 34, pp. 11-32.

SCHMITT, C. (1996), *Teoría de la Constitución* [1928], Madrid, Alianza Editorial.

SCHWEIZER, K. (2006), “Newspapers, Politics and Public Opinion in the Later Hanoverian Era”, en *Parliamentary History*, 25, 1, pp. 32-48.

SPEIER, H. (1950), “The Historical Development of Public Opinion”, en *American Journal Sociology*, 55, 4, pp. 376-388.

STAËL, Mm. (1818), *Considérations sur les principaux événements de La Revolution Française*, Paris, Google e-book.

-(1993), “Sobre las circunstancias actuales...” [1798], en M. Staël, *Escritos Políticos*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, pp. 73-263.

TARDE, G. (1986), *La opinión y la multitud* [1905], Madrid, Taurus.

THALE, M. (1989), “London Debating societies in the 1790s”, en *The Historical Journal*, 32, 1, pp. 57-86.

TOCQUEVILLE, A de (1982), *El Antiguo Régimen y la Revolución* [1856], Madrid, Alianza Editorial.

- (2010), *La Democracia en América* [1835], Madrid, Editorial Trotta.

THOMPSON, E .P. (2012), *La formación de la clase obrera en Inglaterra* [1963], Madrid, Capitán Swing.

TÖNNIES, F. (2009), *Comunidad y Asociación* [1887], Granada, Comares editorial.

- (1971), *On sociology: Pure, Applied, and Empirical*, The University of Chicago Press, pp. 251-265.

- (1981), *Kritik der öffentlichen Meinung* [1922], Berlin.

TORTOLATO, E. (1995), “Censorship and the Conception of the Public in Late Eighteenth-Century Germany: Or, are Censorship and Public Opinion Mutually Exclusive?” en D. Castiglione y L. Sharpe (Eds.), *Shifting the Boundaries*, Exeter, University of Exeter Press, pp. 144-155.

WALKER, R. B. (1973), "Advertising in London Newspapers, 1650-1750", en *Business History*, XV, 73, pp. 120-130.

WALTON, C. (2009), *Policing. Public Opinion in the French Revolution*, Oxford University Press.

- (2010), "La opinión pública y la política patológica de la Revolución francesa", en *Ayer*, 80, pp. 21-51.

WILSON, F. G. (1975), *A Theory of Public Opinion* [1962], Chicago H. Regnery co.

WUTTKE, H. (2009), *Die Deutschen Zeitschriften und die Entsehung der Oeffentlichen Meinung* [1875], Bibliobazaar.

BASES PARA UNA PERSPECTIVA INTEGRADA DE LA TEORÍA DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS. LA CONTRIBUCIÓN DE WALTER LIPPMANN Y JURGEN HABERMAS

César García

1. TAN LEJOS Y TAN CERCA

El desconocimiento mutuo que se profesan los estudiosos de la opinión pública y de las relaciones públicas es cuando menos sorprendente después de casi un siglo de historia compartida. Aunque existen numerosos precedentes históricos, lo cierto es que las relaciones públicas, con un enfoque relativamente similar al actual, surgen como profesión a comienzos del siglo XX cuando el norteamericano Ivy Lee comienza a ejercer como agente de prensa para distintas compañías, una época coincidente con el giro que experimentan los estudios de opinión pública en la década de los años 20 con la aplicación empírica de los avances producidos en la psicología social. Sin embargo, a pesar del tiempo transcurrido, resulta sorprendente la ignorancia que se tienen ambos campos.

En la mayoría de los manuales de opinión pública, las relaciones públicas aparecen como un subproducto indeseado en la historia de la opinión pública, responsable de haber desplazado la atención del mundo de la política al consumo. Sus profesionales reciben un tratamiento superficial y aparecen etiquetados como comunicadores persuasivos o ‘spin doctors’, una acepción vinculada al uso de la comunicación para manipular a las masas. Al mismo tiempo la imagen que se ofrece de la industria es relativamente imprecisa – la utilización del término inglés *publicity*, que

ignora la distinción entre publicidad y relaciones públicas, no contribuye a ello siempre investida de un poder demoledor y al servicio de los grandes intereses.

Wright Mills en un libro clave de la teoría sociológica de mediados del siglo XX, *The Power Elite* (1956, 330), ya culpó a las relaciones públicas de la desideologización de la sociedad a finales de los años 50. “A la derecha y en el centro, las relaciones públicas, las cuales pueden ser contratadas, llenan cualquier necesidad de ‘ideología.’ En Este momento, las élites de la riqueza y el poder no precisan de ninguna ideología, y mucho menos de una ideología de conservadurismo clásico.”

Varios años después, Habermas ([1962] 1991, 192-195) acusó directamente a los gabinetes de relaciones públicas de “invadir el proceso de ‘la opinión pública’ a través de la creación sistemática de eventos noticiables” (193). El filósofo alemán habló del ocaso de la esfera pública entendida como ámbito ciudadano de deliberación sobre los asuntos públicos y su transformación en un espacio de consumidores monopolizado por las grandes corporaciones privadas. Precisamente Habermas finaliza este libro, *The structural transformation of the public sphere* (titulado en España Historia y crítica de la opinión pública), citando la distinción que Mills realiza en su libro entre público y masa, en la que establece como rasgos del concepto de público la simetría, su capacidad organizativa y su independencia con respecto a la autoridad frente a la masa que estaría caracterizada por la desorganización de los individuos que la integran, su pasividad y su control por las instituciones (249).

Otros textos más recientes, centrados en el rol que las relaciones públicas han tenido en la configuración de la moderna sociedad de consumo (Ewen, 1995; Tye, 2002), siguen otorgando a las relaciones públicas un papel decisivo en la primacía de los intereses corporativos y la destrucción del pensamiento crítico por parte de la ciudadanía.

Aunque existe una corriente de autores que ha cuestionado la existencia de una edad dorada de la esfera pública en el pasado (Schudson, 1992; Fraser, 1992), y por tanto exculpa de alguna manera el rol de las relaciones públicas como chivo expiatorio, en general ha tenido menos resonancia en el mundo académico.

Curiosamente, a los profesionales de las relaciones públicas, demasiado ocupados en su desempeño diario, no les han interesado demasiado estas críticas. No suelen acordarse de teorías más allá de las más conocidas como la *agenda-setting* o la espiral del silencio que aprendieron en la universidad. Y es que los manuales de relaciones públicas se ocupan en el fondo poco de la opinión pública para centrarse en

los aspectos más urgentes y prácticos de la profesión.

En cambio, la teoría de las relaciones públicas, más sensible a las críticas, si se ha esforzado por desarrollar modelos comunicativos éticos alternativos a la visión unidireccional de la comunicación persuasiva. Sin embargo, quizás con la excepción de la aplicación de la ética del discurso de Habermas al modelo simétrico en dos direcciones de las relaciones públicas (Grunig & Hunt, 1984), lo cierto es que escasea la literatura que aluda directamente a la teoría normativa de la opinión pública.

En todo caso, profesionales y académicos coinciden en que las relaciones públicas, cuando han sido implementadas desde presupuestos éticos, han contribuido a democratizar y a ampliar la variedad de opiniones concurrentes en la esfera pública. Arguyen que si bien es cierto que han promovido la sociedad de consumo también han revitalizado y fortalecido la noción de ciudadanía restringida del siglo XIX.

Cabe preguntarse porque dos disciplinas tan relacionadas, y en cierto modo interdependientes, no han mantenido un contacto más fluido a lo largo del tiempo. Aunque sus intereses, fines, visión de la esfera pública o de la propia idea de público sea diferente, e incluso a veces enfrentada, lo cierto es que no se justifica su alto grado de desconocimiento mutuo.

El principal objetivo de este ensayo es explorar y sugerir vías de colaboración entre la teoría de la opinión pública y las relaciones públicas. Para ello comparo, en primer lugar, el marco conceptual de ambas, fundamentalmente como se autodefinen y cuál es su idea de público, con el fin de describir sus similitudes y diferencias de partida. En segundo lugar sugiero dos ejemplos históricos concretos en los que una perspectiva integrada ha sido posible y fructífera. En concreto analizo la contribución que el pensamiento de dos de las principales figuras de la historia de la comunicación, Walter Lippmann y Jurgen Habermas, han tenido en el intercambio de perspectivas, analítica y ética, entre ambas disciplinas.

2. EL PÚBLICO COMO ELEMENTO CENTRAL

Una cualidad común a los conceptos de relaciones públicas y opinión pública es la dificultad de definirlos. Ambos pueden comprenderse más fácilmente aludiendo a la expresión material de técnicas concretas, como por ejemplo un breve en un periódico como resultado de una nota de prensa o los resultados de una encuesta, que a través de

definiciones.

En su conocido libro *Public Opinion, Nature, Formation, and Role*, Childs (1965, 14-26) reunió cincuenta definiciones diferentes del término opinión pública de acuerdo a diversos criterios atendiendo a su naturaleza colectiva, su mayor o menor grado de uniformidad, las condiciones de mayor o menor racionalidad en que se ha formado, la calidad de las opiniones, su mayor o menor carácter elitista o la importancia del tema objeto de opinión. Con el propósito de aportar claridad, Childs sugirió tener en cuenta aquellas definiciones que, como aquella con la que Floyd H. Allport concluye su célebre artículo *Toward a science of public opinion* (1937, 23), tienen en cuenta numerosas facetas:

El término opinión pública recibe su significado en referencia a una situación multi-individual en la cual los individuos se expresan, o son llamados a expresarse, en favor o apoyo (o en contra o en oposición) de una determinada condición, persona o propuesta de amplia importancia, con un número, intensidad y constancia capaz de aumentar la probabilidad de afectar una acción, directa o indirectamente, hacia el objeto de preocupación.

Sin embargo, la complicada jerga y sintaxis –a la cual no contribuye el proceso de traducción –que obligan a emplear este tipo de definiciones no expresa sino la dificultad de aprehender un concepto poliédrico con demasiadas contradicciones. La frustración producida por la incapacidad de definir opinión pública incluso llevó a Philip Davidson, entonces profesor de periodismo en la Universidad de Columbia, a incluir la siguiente definición en la *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*: “La opinión pública no es el nombre de algo, sino una clasificación de una serie de algos” (Davidson, 1977, 454). A pesar de ello, Davidson se atrevió a describir la opinión pública como “una suma de opiniones individuales sobre una cuestión de interés público... que pueden ejercer cierta influencia sobre el comportamiento de un individuo, de un grupo o de un gobierno” (454). Davidson se cuidará de advertir, como ha venido siendo habitual históricamente, que las diferencias de definición y enfoque provienen de los diversos intereses de quienes han manejado o manipulado la opinión pública entre los que cita a Edward Bernays como su principal figura.

En todo caso, las dificultades experimentadas por Davidson para definir opinión pública nos siguen sugiriendo que la fuerza y la debilidad de la opinión pública como campo radica, por un lado, en el numeroso grupo de disciplinas que aglutina (sociología, ciencia política, comunicación, historia, estadística, etc.) y, por otro, en la dificultad que plantea acotar su terreno y establecer prioridades.

Aunque las definiciones de relaciones públicas son también innumerables –Rex Harlow, el fundador de la Public Relations Society of America (PRSA) reunió hasta 500 definiciones diferentes del término (Wilcox & Cameron, 2006, 5) –, lo cierto es que existe un alto consenso en los manuales de relaciones públicas acerca de cuáles son las más citadas y aceptadas. La mayoría de ellas se basan en subrayar la importancia de construir relaciones con diversos públicos. La más célebre y la más corta es la que articulan James E. Grunig y Todd Hunt en su libro *Managing Public Relations*: “la gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos” (1984, 6). Otra definición que aporta un elemento añadido de igualdad (*win-win situation*) en la relación es la que articulan M. Cutlip, Allen H. Center y Glen M. Broom (1994) cuando describen “relaciones públicas como una herramienta de gestión que identifica, establece y mantiene relaciones de beneficio mutuo entre una organización y los diferentes públicos de los que depende su éxito o fracaso” (6).

Es significativo, en comparación con las definiciones de opinión pública, que las definiciones de relaciones públicas suelen ser bastante sucintas y no dudan de la existencia de una entidad que puede ser considerado el público (o más bien los públicos en plural). Esta mayor claridad sugiere que la disciplina de las relaciones públicas tiene quizás un marco teórico más claro, una mayor juventud o simplemente una menor ambición.

Aunque los conceptos de opinión pública y relaciones públicas no son habitualmente comparados, si existen precedentes tempranos surgidos sobre todo en los años 20, un periodo en el que el estudio de la opinión pública partía del interés por las relaciones públicas y la propaganda. En su libro de memorias, *How we advertised America*, George Creel (1920), el anterior responsable del Comité de Información Pública creado por el gobierno norteamericano durante la Primera Guerra Mundial, ya se refirió, si se quiere de modo indirecto (ya que el término relaciones públicas no sería inventado hasta años más tarde por Edward Bernays), a las relaciones entre opinión pública y relaciones públicas. En este libro Creel consideraba la opinión pública “como a una fuerza mayor que había emergido en la Gran Guerra y que difería considerablemente de todos los conflictos anteriores” (3), una fuerza que había sido modelada al servicio del país no mediante la censura sino la educación y la información. Posteriormente, tal y como señala Rospir (2010, 94), Harwood W. Childs fue uno de los primeros autores en ocuparse de la distinción entre relaciones públicas y opinión pública. De hecho, su libro *An introduction to public opinion* (1940), surgido de un

curso de verano sobre relaciones públicas para hombres de negocios, hace una diferenciación entre opinión pública, relaciones públicas y propaganda, estas dos últimas a las cuáles considera dos practicas incidentales en la opinión pública (Childs, 1940, v).

En todo caso, probablemente la diferencia que mejor explica los distintos marcos teóricos de la teoría de la opinión pública y de las relaciones públicas es la distinta manera que tienen de definir el concepto de público, un término de por si polisémico cuyas ramificaciones se multiplican en distintos campos del saber, idiomas y culturas. No deja de ser paradójico que dos de los trabajos clásicos sobre opinión pública, el libro de Walter Lippmann *The phantom public* (1925) y el artículo de Floyd H. Allport *Toward a science of public opinion*, directamente consideran el concepto de público como ficción o falacia. En su lugar, ambos autores hablan de la suma de las opiniones individuales, una definición que se ha impuesto con el paso del tiempo y que ha supuesto la justificación intelectual de las encuestas como la forma científica por antonomasia de medir la opinión pública. Esta definición da lugar a diversas manifestaciones. Por ejemplo, la ciencia política identifica público con electorado y mide su expresión a través de los sondeos de opinión. Por su parte, los estudiosos de los efectos de los medios hablarán de público para referirse a un conjunto de individuos separados en el tiempo y en el espacio pero aglutinados en torno a una cuestión que les preocupa a través de un medio de comunicación determinado. Su medición se realiza a través de los sondeos de audiencia. En los años sesenta, Habermas ([1962] 1989) introducirá una nueva perspectiva con el concepto de esfera pública entendido como el espacio en que la ciudadanía concernida – el público – delibera acerca de los asuntos de interés e influye en los legisladores.

Quizás, por su origen persuasivo y tratarse de una profesión mucho antes que un campo académico, la disciplina de las relaciones públicas tiene una visión más tangible, si se quiere más materialista, del concepto de público. De hecho, debido su origen eminentemente anglosajón, el término público tiene una serie de matices y acepciones que a veces enturbian su comprensión por la inexistencia de palabras equivalentes en otras lenguas. Profesionales y académicos de las relaciones públicas hablan generalmente de *públicos*, y no de público, como aquellos grupos con los cuáles cualquier organización o individuo mantiene una comunicación regular, quedando el término audiencia como una variación del mismo referida a aquellos públicos que son objeto de una campaña específica (Bobbitt & Sullivan, 2009, 20).

Con la vista puesta en el desarrollo de estrategias de relaciones públicas, la Teoría Situacional de los Públicos de Grunig y Hunt (1984) estableció una distinción entre el término *stakeholder* y público. *Stakeholders* serían todos aquellos grupos afectados por las decisiones de una determinada organización o cuyas decisiones afectan a la existencia misma de la organización (Grunig & Repper, 1992, 125).

La diferente concepción de la idea de público que tienen las relaciones públicas y la teoría de la opinión pública explican en su mayor parte los desacuerdos con respecto al impacto de las relaciones públicas en la historia de la opinión pública. Para los apologetas de la esfera pública entendida como espacio de debate ciudadano y privado – véase nuevamente Habermas ([1962] 1991) – las organizaciones (sinónimo de corporaciones) serían responsables de haber generado una violencia inadmisiblemente fundamentalmente al haber establecido agendas alejadas de los intereses ciudadanos. La bibliografía acerca del impacto negativo de la comunicación corporativa en la esfera pública es muy numerosa desde hace varias décadas en un ámbito académico (Schiller, 1989) pero también popular con un enfoque más activista como en el caso del bestseller *No logo* (Klein, 2002).

Una crítica semejante no se ha producido en el ámbito de las relaciones públicas (quizás con la excepción de la teoría crítica posmoderna de las relaciones públicas que sugiere que los practicantes se conviertan en activistas [Holtzhausen, 2000, 2002] pero que en todo caso resulta bastante minoritaria). Una ausencia que denota una diferencia de perspectivas e intereses: por un lado la priorización del bienestar de la organización sobre el del público o los públicos propugnada por la teoría de las relaciones públicas, y por otro la preocupación con respecto a la preservación del debate ciudadano en la esfera pública de los teóricos de la opinión pública.

La diferencia de perspectivas explica paradójicamente las influencias mutuas entre ambas disciplinas desde hace casi un siglo. Por un lado, los investigadores de la opinión pública hallarán en la perspectiva de las relaciones públicas una forma concreta de mirar y analizar el proceso comunicativo basada en la transmisión precisa y deliberada de mensajes de las organizaciones al público. Por otro, los teóricos de las relaciones públicas buscarán en el campo de la opinión pública una serie de referentes éticos para la profesión. Dentro de la multitud de autores que jalonan ambas disciplinas, dos de ellos han servido de puente: Walter Lippmann y Jürgen Habermas. La influencia de sus obras en los estudios de opinión pública y relaciones públicas respectivamente constituyen el eje de este artículo.

3. WALTER LIPPMANN: LA PERSPECTIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS APLICADA AL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

En la década de los años 20 tienen lugar dos hechos importantes: se fragua el concepto moderno de opinión pública y surge la figura del consejero de relaciones públicas. Un cúmulo de factores, entre los que cabe destacar las distintas actividades de propaganda de los países participantes en la Primera Guerra Mundial, la aparición de nuevos medios de comunicación como la radio y el cine, y la consolidación de la prensa de masas, sientan las bases ambientales del cambio.

La figura de Walter Lippmann se antoja decisiva para explicar el rumbo que tomaron los estudios de comunicación y opinión pública así como el desarrollo de las relaciones públicas como profesión durante estos años. Si las relaciones públicas pertenecen hoy en día al núcleo duro de lo que se entiende como estudios de comunicación, sobre todo en Estados Unidos, es en buena parte gracias a la obra de Lippmann y al uso de una perspectiva procedente del mundo de las relaciones públicas en el desarrollo de conceptos esenciales en el campo de la comunicación y la opinión pública.

Para entender cómo se produjo este cambio, un análisis de la biografía y la obra política de Lippmann resulta esclarecedora ya que la visión instrumental que Lippmann tiene de la comunicación obedece a una visión general de la sociedad.

Al poco de graduarse en Harvard, a la edad de veinticuatro años, Lippmann publicó su primer libro *A Preface to Politics* [Un prefacio a la política] (Lippmann, ([1913] 2005). En este libro, en el que la influencia de literatura reciente y crítica del rol de las masas en las nuevas democracias es palpable (Le Bon, 1895; Tarde, 1901), los ideales socialistas de juventud de Lippmann se verán por primera vez confrontados por la realidad. El tema del libro es como reconciliar la dificultad que supone reforzar el poder de la opinión pública en aras a alcanzar una democracia plena y al mismo tiempo mantener el liderazgo de los más capacitados. Lippmann describe un país cuya vida nacional estaría marcada por el caos debido a “la mezcla tumultuosa” ([1913] 2005, 43) de voces que estaría exigiendo “que los líderes lideren y que los gobernantes gobiernen” (43). Para Lippmann los deseos de las masas agitadas, aunque carentes de sentido, eran reales, a pesar de todo, y exigirían ser reconducidos por las élites. “Es como si una persona hambrienta pidiera una comida indigesta y le dejáramos que permaneciera hambrienta porque no hizo la elección adecuada. Esta persona no va a tener menos

hambre porque pida la comida equivocada” (88). En esta obra Lippmann sugiere por vez primera la gestión de la comunicación por parte del gobierno para lograr determinados fines, en suma, “un uso terapéutico de la comunicación” (Soderlund, 2005, 316) basado en el diagnóstico de la existencia de un público movido por emociones que necesitan ser canalizadas por la racionalidad de los hombres de estado competentes.

En muchos sentidos su obra siguiente, *Drift and Mastery* [Deriva y autoridad] (1914) vino a ser una continuación del pensamiento escéptico expresado en *A preface to politics*. Nuevamente, Lippmann encontró en la existencia de un gobierno civilizado, racional y científico la respuesta para enfrentarse a los cambios económicos y sociales de la sociedad de masas. En este libro, Lippmann enunció algunas ideas que serían pioneras respecto a la naturaleza irracional del consumidor, “se le dice lo que quiere, y entonces lo quiere” (66) fácilmente manipulable por la industria publicitaria. Lippmann ya predijo el paso de una sociedad de ciudadanos a una sociedad de consumidores. “Estamos asistiendo, en mi opinión, a la emergencia de un poder real en las políticas democráticas que consiste en que una masa de gente se manifiesta en contra del ‘alto coste de la vida.’ Eso es un grito del consumidor” (71). Estas ideas encontrarían más tarde eco en obras como *Cristalizando la opinión pública* y *Propaganda* de Edward Bernays en las que describe una sociedad en la que activos ciudadanos pasarían a ser pasivos consumidores por el efecto de las estrategias de relaciones públicas.

Posteriormente, Lippmann fue contratado como editor asociado de *The New Republic*, una nueva revista dirigida a las élites educadas. De 1914 a 1916, este trabajo dio a Lippmann la oportunidad de marcar la agenda y lograr influencia política en la cúpula del poder ejecutivo. Conoció al presidente Wilson y a su principal consejero, Colonel House, a quien expuso en un documento sus ideas acerca de la Primera Guerra mundial. Explícitamente sugirió la necesidad de crear una oficina de información gubernamental encargada de marcar la agenda política, realizar un seguimiento de lo publicado en prensa y anticiparse a eventuales crisis de percepción.

La oficina debería centrarse en la preparación de información para la prensa, sugirió, y dedicar atención específica a la importancia de la industria en tiempos de Guerra, artículos políticos apoyando al gobierno, el seguimiento de la prensa extranjera, aliada, neutral y enemiga. Debería escrutar de cerca la opinión pública y vigilar la aparición de rumores y mentiras (Lippmann, 1917; en Luskin, 1972, 36).

Poco después el documento de Lippmann se convertiría en lo que supuso uno de los primeros y mayores esfuerzos propagandísticos en la historia de la comunicación moderna: el Comité de Información Pública creado en 1917 por el gobierno norteamericano. Integrado por periodistas, publicitarios, expertos en relaciones públicas y cineastas, este comité tuvo como objetivo persuadir a la opinión pública norteamericana para apoyar la participación de Estados Unidos en la Primera Guerra Mundial. Posteriormente, debido su buena labor en el comité, Lippmann fue nombrado en 1918 representante americano del Consejo Interaliado de Propaganda en Londres cuyo objetivo era convencer a los alemanes de que pararan la guerra. Ya por entonces Lippmann se refirió a la necesidad del empleo de técnicas de persuasión más sofisticadas que tuvieran en cuenta las reacciones del público. “Deberíamos evitar aquellos aspectos siniestros y tramposos de lo que normalmente se llama propaganda y en su lugar crear la impresión de que hay algo nuevo e infinitamente esperanzador en los asuntos de la humanidad” (Steel, 1980, 143). Durante estos años Lippmann aprendió sobre el terreno a poner en práctica algunos aspectos sobre los que hasta entonces sólo había teorizado como la posibilidad por parte de las élites de utilizar técnicas de comunicación para persuadir a la población de determinadas políticas en aras del interés común.

Lippmann también realizó en esta época, junto a Charles Merz, uno de los primeros y más completos análisis de cobertura de prensa extranjera, lo que le convierte en precursor de muchas de las técnicas modernas de análisis de contenido aun vigentes. En su estudio titulado “Una comprobación de las noticias. Un examen de las informaciones publicadas en el New York Times acerca de aspectos de la revolución rusa de especial importancia para los americanos. Marzo 1917-Marzo 1920” (Lippmann & Merz, 1920), ambos anticiparon cuestiones teóricas y metodológicas sobre investigación en comunicación que emergerían en la década de los 50. Las innovaciones fueron numerosas, empezando por el propósito mismo del estudio: el seguimiento de la cobertura de un periódico sobre un tema específico durante un considerable periodo de tiempo (Hardt, 2002). Lippmann y Merz organizaron la información de acuerdo a aspectos como el espacio, la fecha, la objetividad o subjetividad, la positividad o negatividad y la mayor o menor exactitud de la información. Ambos fijaron las pautas mediante las cuales se efectúan los análisis de cobertura de prensa todavía hoy en los programas de relaciones públicas y, en buena media, en el mundo académico.

Aunque Lippmann siempre se consideró primeramente un periodista, lo cierto es que la experiencia como consejero de relaciones públicas para el gobierno dejó un legado profundo en su forma de concebir y analizar los procesos comunicativos en la sociedad de masas. Con la publicación de *Public Opinion* (1922) y *The Phantom Public* (1925), la tendencia iniciada en *A Preface to Politics* de minimizar el papel desempeñado por el público a favor de los líderes se vio acentuada. La preocupación fundamentalmente política de su primer libro fue suplementada por el recurso a la gestión organizada y deliberada de la comunicación como herramienta de gobierno. Para ello primero desmitificó la noción del ciudadano capaz de opinar con conocimiento sobre los asuntos públicos. En *Public Opinion* Lippmann puso en duda que el hombre pudiera trascender su experiencia subjetiva a través de la razón. Lejos de guiarse por criterios científicos, el hombre formaría sus juicios a base de emociones, prejuicios e ideas preconcebidas. Lippmann acuñó el concepto de estereotipo para denominar a “las imágenes que tenemos en nuestras cabezas” ([1922] 1997, 18) que permiten al hombre conducir sus pasos. Bajo su punto de vista, la prensa y los expertos en propaganda serían los responsables de haber convertido al hombre en una fácil presa manipulable por determinados grupos de interés. Por ello sugirió reforzar el papel de los expertos, grupos de tecnócratas convertidos en intermediarios y encargados de educar a la población sobre los crecientemente complejos asuntos públicos. Dentro de esta estrategia, Lippmann concedió un papel fundamental a la creación de *bureaus* de inteligencia, duchos en el uso apropiado de los símbolos con el fin de aglutinar los esfuerzos colectivos y mantener a la sociedad en la senda adecuada. “Cuando la rapidez de resultados es imperativa, la manipulación de las masas mediante símbolos puede que sea la única forma de llevar a cabo los proyectos críticos” (151). Al igual que en *A preface to politics*, Lippmann estaba sugiriendo que demasiada democracia es perniciosa y hace la sociedad ingobernable.

En *The phantom public* ([1925] 2005), Lippmann prosiguió su crítica al ciudadano omnicompetente iniciada en *Public opinion*. En este libro prosiguió la legitimación del rol de los expertos en la opinión pública a los cuales denominó “insiders”. Su principal contribución fue la negación totalizante del concepto de público, al cual Lippmann definió como “mero fantasma” o “abstracción” (67). Lippmann rechazó el uso que se le había dado a la palabra público hasta entonces como “un cuerpo definido de individuos” y en su lugar sugirió que debería emplearse para designar “meramente aquellas personas que están interesadas en un asunto y pueden

afectarlo mediante su apoyo u oposición” (67). La definición de público en términos situacionales, como un grupo de gente que podía ser activado en determinadas circunstancias de acuerdo a sus propios intereses, estaba en muchos sentidos adelantada a su tiempo. No solo abrió los ojos a la práctica de las relaciones públicas la posibilidad de segmentar las campañas sino al campo de la investigación en comunicación que en adelante se ocuparía del estudio de los efectos de los mensajes en determinados grupos.

Durante estos años Lippmann mantuvo una agria polémica intelectual con John Dewey que cambió el rumbo seguido por los estudios de comunicación y opinión pública. La actitud del pensamiento pragmatista, con Dewey a la cabeza, acerca del rol de las masas en la vida pública era mucho más optimista y, en muchos sentidos, opuesta a la de Lippmann. En *The Public and Its Problems* ([1927]) Dewey defendió el papel que la opinión pública podía desempeñar en un mundo interconectado y en el que la población estaba cada vez mejor educada. Para Dewey, el desarrollo de la comunicación humana, entendida como la cooperación entre individuos, era el elemento clave para constituir una democracia verdadera. En este sentido, la idea de una democracia participativa tendría como requisito la publicación de información de interés general compartida y debatida por los ciudadanos. La visión de Dewey, aunque más acorde con el ciudadano de nuestra época escéptico del rol de la propaganda, quizás no encajó con el sentimiento de una época marcada por las urgencias de la incertidumbre del periodo entreguerras y la crisis del 29. La comprensión de la comunicación que Lippmann tenía basada “en la difusión de mensajes, así como una bien fundada agenda de investigación sobre la sociedad de masas, las comunicaciones de masas y la medida de la opinión pública” (Soderlund, 2005, 308) ofrecían al campo de la investigación comunicativa un marco teórico mucho más preciso que el de Dewey. En consecuencia, de esta polémica salió victorioso Lippmann que, quizás debido a su posición de espectador (también actor) privilegiado de una nueva era en que las organizaciones –fundamentalmente el gobierno y las corporaciones –comenzaron a abrir líneas de comunicación unidireccionales a sus públicos, supo captar mejor el cambio que se había producido en el paradigma comunicativo y adaptarlo a su visión de una sociedad de expertos.

En estudios recientes, numerosos autores han considerado a Lippmann poco menos que un mero propagandista de los intereses de las élites bajo la coartada de sus análisis científico-sociales (Ewen, 1996; Alterman, 1999; Soderlund, 2005). Sin embargo, incluso sus críticos reconocen que la contribución de Lippmann, ya sea como propagandista de las élites o como arduo defensor de un gobierno que estableciera las

prioridades y las perspectivas ciudadanas sobre los temas importantes, fue decisiva en la forja del paradigma de la investigación en comunicación cuando en la década de los 20 describe el proceso comunicativo como la transmisión precisa y deliberada de mensajes de una organización a sus públicos. *Public opinion*, con una forma de mirar la realidad típica de las relaciones públicas, aportó a los grandes investigadores de la comunicación de la época, como Harold Laswell, Paul Lazarsfeld y Karl Hovland, la base conceptual que permitió establecer las prioridades y objetivos investigativos de la disciplina.

Curiosamente, éste es un legado que la teoría de las relaciones públicas no ha reivindicado o al menos no con la suficiente contundencia. En las historias de las relaciones públicas Lippmann a lo sumo aparece como un actor relativamente secundario cuyo mayor mérito consistiría en haber aportado a Edward Bernays la base conceptual para el desarrollo de técnicas sofisticadas de comunicación persuasiva. En cambio si ha reivindicado ese legado la teoría de la opinión pública para la que Lippmann sería una figura seminal al haber aportado por primera vez una visión desmitificadora de la opinión pública como ente racionante que abriría paso al desarrollo de los estudios empíricos.

En todo caso, gracias a Lippmann, resulta legítimo hablar de una perspectiva compartida de los estudios de opinión pública y la profesión de las relaciones públicas ya que la comprensión moderna del proceso comunicativo tanto de académicos como de estrategas de la comunicación está basada en una perspectiva proveniente del mundo de las relaciones públicas.

4. JURGEN HABERMAS: LA APORTACIÓN DE LA ÉTICA DEL DISCURSO A LA TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

La contribución del paradigma comunicativo de las relaciones públicas al campo de la comunicación y la opinión pública fue temprana debido a la necesidad de desarrollar modelos de análisis en una época en que el paisaje comunicativo había cambiado a pasos acelerados. Sin embargo, no sucedió lo mismo viceversa. La causa puede hallarse en que las relaciones públicas no tenían demasiada necesidad de mirar a otras disciplinas para tener éxito. Una mirada al panorama actual es suficiente para darse cuenta del extraordinario desarrollo de este campo en el último siglo. Más de un cuarto de millón de profesionales trabajan solamente en Estados Unidos (Lattimore,

Baskin, Heiman & Toth, 2009, 27) mientras que en España ocho de cada diez organizaciones cuenta con personal especializado en comunicación (ADECEC, 2008).

La vocación persuasiva que han tenido las relaciones públicas durante la mayor parte del siglo XX, fundamentalmente a partir de que Bernays comenzara a aplicar las técnicas de la psicología social para crear campañas y mensajes que influenciaran el comportamiento de la gente, no requirió revisar sus planteamientos hasta que se produjeron determinados cambios culturales y sociales de envergadura en los años 60. Durante estos años, la emergencia en Estados Unidos del movimiento por los derechos civiles, los derechos de la mujer, el medio ambiente y otros grupos activistas crearon un sentimiento antisistema que obligó a las corporaciones, gobiernos, partidos políticos y todo tipo de instituciones a tratar de ajustar sus políticas a las de una nueva opinión pública surgida del ámbito de la contracultura.

Es también durante este periodo, pero en un contexto bastante diferente como es el de la República Federal de Alemania de los años 60, en el que Habermas formula en *The structural transformation of the public sphere* ([1962] 1991) una profunda crítica a los cambios sufridos por la esfera pública de su tiempo en su país. En esta obra, el filósofo alemán denunció el impacto que la publicidad y las relaciones públicas tuvieron en el funcionamiento de la prensa con el desarrollo de la sociedad de consumo a partir de la Segunda Guerra Mundial. La pérdida de la independencia de las empresas informativas, cuya prioridad sería primero el negocio y después el servicio público, habría supuesto la transformación del ciudadano en consumidor. Habermas hizo responsable a los publicistas de haber creado una esfera pública en la que determinados intereses privados, fundamentalmente los de las grandes corporaciones habrían gozado de una exposición privilegiada frente a los intereses legítimos los ciudadanos. “La cultura de la armonía imbuida en las masas invita per se al público al intercambio de opiniones sobre artículos de consumo y provoca una compulsión moderada de consumo constante” (192).

Habermas también señaló que la economía de la publicidad habría cobrado un carácter político mediante la práctica de las relaciones públicas, “los anuncios se dirigen a la gente en tanto en cuanto consumidores; el destinatario de las relaciones públicas es ‘la opinión pública’, o los ciudadanos privados como público y no directamente como consumidores” (192). Para Habermas, al disfrazar sus verdaderas intenciones comerciales con la coartada del interés público, las relaciones públicas habrían construido una opinión pública postiza en la que los diversos públicos crearían alianzas

con las corporaciones y los negocios privados en la ilusión de que están defendiendo el interés ciudadano. El consenso resultante sería ficticio y de ninguna forma comparable al diálogo y al aprendizaje mutuo que los distintos individuos y grupos ciudadanos habían establecido en la esfera pública burguesa. Habermas llamó a este proceso la refeudalización de la esfera pública al entender que al estar siendo modelada por las relaciones públicas, la esfera pública de la sociedad civil habría incorporado de nuevo rasgos feudales. En esta ocasión en lugar del señor feudal, serían las empresas, “los proveedores”, quienes desplegarían una pompa ostentosa ante una clientela entregada. El resultado final sería una confusión entre las cuestiones de carácter político y de consumo. “Al evocar las empresas privadas en los consumidores la idea de que en sus decisiones de consumo están actuando como ciudadanos, el estado tiene que ‘dirigirse’ a los ciudadanos como consumidores. Como resultado, la autoridad pública también compite por la publicidad” (195).

Posteriormente, en su obra *Teoría de la Acción Comunicativa* ([1981] 1987), Habermas matizaría su diagnóstico con respecto a los cambios sufridos por la esfera pública al reconocer la naturaleza ambivalente, autoritaria y emancipatoria a un mismo tiempo, del proceso comunicativo en el que no estaría tan clara la eficacia de los medios de masas como herramientas de control social (390). Años más tarde, Habermas calificaría de excesivamente simplista su diagnóstico de la existencia de una evolución lineal de un público políticamente activo a uno recluido en el consumo privado. El autor alemán no vería tan clara la distinción entre alta y baja cultura o la relación entre cultura, consumo y política que había sido uno de los ejes de su análisis 30 años antes. En *Further reflections on the Public Sphere* (1992), Habermas reconoció que “en aquel tiempo era demasiado pesimista acerca de la capacidad de resistencia y sobre todo del potencial crítico de un público mucho más pluralista cuyos hábitos culturales habían empezado a cuestionar el marco de una clase social determinada” (1992, 438). En consecuencia, con el tiempo Habermas acabará adoptando una visión menos catastrofista y más ambigua de la esfera pública de la que tenía en 1962.

El legado ético habermasiano en las relaciones públicas

La crítica abierta al impacto de las relaciones públicas desde ámbitos intelectuales y, sobre todo, la mayor exigencia de los movimientos activistas al papel que las corporaciones debían desempeñar en la esfera pública tuvo repercusiones inmediatas en una disciplina que empezaba a echar de menos disponer de un sustrato

teórico que le permitiera hacer frente a los desafíos de un escenario mucho más complejo que en décadas anteriores. De los años 70 a los 80 las relaciones públicas evolucionan de ser casi exclusivamente una profesión a insertarse en el mundo académico. A comienzos de los 80, más de 51 universidades ya ofrecen estudios de posgrado en relaciones públicas en Estados Unidos (Ehling, 1992, 449) mientras que en España la primera carrera universitaria en publicidad y relaciones públicas surge en 1974 en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense (Moreno Fernández, 2004, 398).

En estos años, el desarrollo por parte de James Grunig y Todd Hunt (1984) del *modelo simétrico en dos direcciones* o cuarto modelo de las relaciones públicas supuso una ruptura con la visión unidireccional y persuasiva que las relaciones públicas tenían de la relación con los públicos al aceptar que las organizaciones y los públicos se influían mutuamente. Considerado el modelo ético por antonomasia de las relaciones públicas, éste se basaba en la investigación no con un propósito persuasivo sino con el fin de “la construcción de relaciones” con los distintos públicos a los que se les pregunta cuál es su percepción de la organización y cuál sería su reacción ante la implementación de determinadas políticas por parte de la misma. Este modelo sugiere que en aras a la consecución de situaciones de beneficio mutuo, las organizaciones deben replantearse sus acciones cuando generen situaciones de conflicto con sus públicos.

Esta nueva manera de entender y practicar las relaciones públicas no solo fue una forma de enfrentarse al acuciante problema de credibilidad de las corporaciones en una época concreta, sino también de aportar a los profesionales y académicos una identidad en la que pudieran sentirse reconocidos. Sin embargo, siendo las relaciones públicas un campo académico tan nuevo y al fin y al cabo bajo sospecha, la búsqueda de vínculos comunes con otras disciplinas, la necesidad de un *endorsement*, se hacía también necesaria. Y es aquí donde la figura de Habermas vino a llenar un vacío que supliera una aproximación ética normativa que hasta entonces había sido casi exclusivamente situacional.

Las sucesivas traducciones al inglés de la *Teoría de la Acción Comunicativa* (TAC) y otros libros sucesivos que desarrollaban una ética del discurso (1984, 1987, 1990, 1993, 1996) fueron cálidamente acogidas por numerosos académicos del mundo de las relaciones públicas. Como consecuencia de ello, un amplio número de estudiosos se ha dedicado en los últimos años a indagar en los paralelismos entre la obra de Habermas y la moderna disciplina de las relaciones públicas, y muy en particular acerca

de la idea de cómo alcanzar una opinión pública consensuada – o al menos como hacer que las organizaciones consensuen sus mensajes con sus públicos – que subyace en ambos. Esta indagación se ha centrado fundamentalmente en la búsqueda de una serie de condiciones que hagan posible articular una definición de lo que son relaciones públicas éticas.

En efecto, Grunig y Hunt (1984) utilizan un lenguaje muy parecido al empleado por Habermas en su teoría de la acción comunicativa y ética del discurso. Conceptos como “entendimiento mutuo”, “diálogo”, énfasis en la comunicación en lugar de la persuasión, la búsqueda de una relación de equilibrio entre la organización y los públicos (22-23), y el posicionamiento de las relaciones públicas simétricas como “un foro para el diálogo, la discusión y el discurso” (J. Grunig & L. Grunig, 1992, 308), encuentran un correlato en la obra de Habermas. La perspectiva habermasiana también se considera dialógica, simétrica, bidireccional y coorientada (Leeper, 1996, 134).

Con este punto de partida, el empeño de incorporar la ética habermasiana a la práctica de las relaciones públicas se ha centrado fundamentalmente en dos aspectos. Primero, el uso de la teoría ética del discurso con el fin de aportar una serie de condiciones que definirían lo que son las relaciones públicas practicadas éticamente (Pearson, 1989), unos estándares éticos para los profesionales (Leeper, 1996), y un marco de referencia que permita medir si las acciones que implementa una determinada organización pueden ser consideradas éticas o no (Meisenbach, 2006). En segundo lugar, algunos autores han evaluado la aplicabilidad de la teoría de la comunicación de Habermas a la planificación y evaluación de campañas de relaciones públicas en situaciones de conflicto (Burkhart, 2004, 2007).

En su teoría de la acción comunicativa, y en su posterior ética del discurso, Habermas plantea que “el entendimiento” entre las partes es la clave del éxito del proceso democrático, una premisa en muchos sentidos similar a la que planteó Dewey (1927) al sugerir el debate de ideas como el elemento clave de la democracia verdadera. Este entendimiento, o acuerdo, descansaría sobre una base racional compartida, “no puede ser impuesto por ninguna de las partes, ya sea instrumentalmente mediante la intervención en la situación o estratégicamente influyendo en la situación del oponente” (Habermas, 1984, 287). Por tanto, en un campo como las relaciones públicas cuyo principal objetivo es influenciar la opinión de las partes mediante la implementación de estrategias, la relevancia de Habermas es máxima bajo la premisa de que las estructuras y los procesos de comunicación son esenciales a la hora de establecer principios

morales. “Yo llamo a las interacciones *comunicativas* cuando los participantes coordinan y consensuan sus planes de acción, en las que los acuerdos alcanzados en cualquier punto son evaluados en términos de reconocimiento intersubjetivo de las exigencias de validez” (Habermas, 1990, 58). En otras palabras, para Habermas sólo se lograría el entendimiento mutuo cuando las partes aceptan la racionalidad del diálogo a través de un proceso lingüístico explícito.

El acuerdo o consenso entre las partes, y es de suponer que Habermas considera una variedad de sujetos (individuos, gobiernos, instituciones, empresas, etc.), solo se lograría mediante la existencia de un acuerdo previo de los dialogantes acerca del contenido y las actitudes que se consideran aptas para el diálogo. En concreto, Habermas se refiere a la existencia tres tipos distintos de demandas de validez que las distintas partes requieren mutuamente para que una comunicación racional tenga efecto. El filósofo las llama demandas de verdad, rectitud y sinceridad. La demanda de verdad tiene un carácter cognitivo e implica que el hablante se refiere a algo cuya existencia puede probarse objetivamente; la demanda de rectitud tendría un carácter moral en el sentido de que las razones deben ser socialmente aceptadas; la demanda de sinceridad tendría un componente estético e implicaría que la validez de la comunicación vendría corroborada por el comportamiento del actor, por su buena fe por decirlo de alguna manera.

Por ejemplo, en una situación de conflicto entre una empresa química y una organización ecologista en el caso de la producción de una sustancia permitida pero polémica como pueda ser el cloro o el PVC, para satisfacer los presupuestos de Habermas que constituyen un diálogo ético, ambas partes deberían, en primer lugar, utilizar argumentos basados en datos científicos que acrediten sus puntos de vista, en segundo lugar, utilizar razones que puedan ser entendidas por el público y que no sean el producto de una ideología determinada ya sea de derechas o de izquierdas, y, en tercer lugar, demostrar que ninguna de las dos partes está siendo manipulada por otras organizaciones, ya sea el estado o partidos políticos, para determinados fines. Ambas partes deberían comprometerse de partida a que las mejores razones prevalecerán tras un diálogo en estas condiciones y deberán ser aceptadas. La credibilidad de ambas organizaciones, hablantes y oyentes sucesivos, vendría dada por su capacidad para responder a las exigencias de la otra parte y buscar espacios comunes de acuerdo. Una situación simétrica entre los hablantes que implicaría que “todas las partes pueden participar en igualdad de condiciones, todas las ideas pueden ser cuestionadas y

debatidas, que todas las partes están siendo sinceras y que tienen el mismo poder para influirse mutuamente” (Horster, 1990, 86-89; en Leeper, 1996, 136-137). Nuevamente, encontramos aquí evidentes concomitancias entre la idea de acto de habla de Habermas y el modelo simétrico bidireccional de las relaciones públicas basado en la igualdad y en el equilibrio entre las partes en conflicto.

Si existe persuasión, el público debería tener la misma capacidad para persuadir a la dirección de organización a que cambia sus actitudes o comportamiento como la organización de cambiar las actitudes o el comportamiento de los públicos. Idealmente, la dirección y los públicos deberían cambiar en alguna medida sus posiciones después de una acción de relaciones públicas (Grunig y Hunt, 1984, 23).

Y aquí surge una pregunta clave, ¿cómo se decide que demandas de validez son aceptables o no? ¿Vale cualquier tipo de discusión o hay ciertos procedimientos mejores que otros? La respuesta a estas preguntas cobra una gran relevancia en la relación de las organizaciones con sus públicos. La ética del discurso de Habermas trasciende el imperativo categórico kantiano que asume como normas universales válidas aquellas generadas por el individuo tras una deliberación consigo mismo acerca de sus consecuencias para el resto de las personas. Habermas sugiere que hay estructuras y procedimientos de comunicación que resultan esenciales para establecer principios morales. El procedimiento adecuado sería aquel que tiene en cuenta el interés común de las partes implicadas y asume que las normas deben ser reconocidas intersubjetivamente. Lo cual implica que la imparcialidad sólo es posible cuando las normas son fruto de un debate en la que todas las partes adoptan la perspectiva de los otros con el fin de hacerlo más mesurado. Para Habermas toda norma válida requiere cumplir dos condiciones, el principio de universalidad y el principio de ética del discurso:

(U) *Todos* los afectados por la *observancia* general de la norma y sus efectos colaterales pueden anticipar los efectos que tendrá en la satisfacción de los intereses del *resto* (y estas consecuencias son preferidas a aquellas de otras posibilidades alternativas conocidas para su regulación).

No deberíamos confundir este principio de universalidad (U) con el siguiente principio, el cual ya contiene una idea característica de una ética del discurso.

(D) Las únicas normas que pueden demandar su validez son aquellas que tienen (o pudieran tener) la aprobación de todos los afectados en su capacidad *de participantes en un discurso práctico*. (Habermas, 1990, 37-38)

Para Habermas el principio de universalidad (U) es un requisito previo para el cumplimiento del principio de ética del discurso (d). El cumplimiento de (U) requeriría del consenso de los participantes en el discurso mientras que (D) implicaría que la justificación de normas requiere de un discurso entre todas las partes.

Aunque Habermas posteriormente se mostrará confiado en que los participantes en la discusión trasciendan su subjetividad, sus circunstancias personales, culturales “y adopten la perspectiva de *todos* aquellos posiblemente afectados” (Habermas, 1993, 24), lo cierto es que el consenso no siempre es alcanzable cuando los intereses de las partes son irreconciliables. Los ejemplos de organizaciones y públicos incapaces de llegar a acuerdos en cuestiones sustantivas son numerosos en la esfera pública. Por ejemplo, resulta casi imposible que un estado secular pueda alcanzar acuerdos mutuos con grupos religiosos acerca de cuestiones como el aborto o que determinadas corporaciones y los sindicatos se pongan de acuerdo en el cierre de una fábrica aunque se aduzcan razones técnicas o intersubjetivas como por ejemplo que es para garantizar la supervivencia de la compañía. La sugerencia de la ética del discurso de Habermas de que, cuando toda la información necesaria y todos los puntos de vista en la discusión están representados, todas las partes van a llegar a las mismas conclusiones y, por tanto, se logrará el consenso simplemente no se cumple en numerosos casos. No obstante, la teoría de las relaciones públicas y de la comunicación organizativa sigue considerando la ética del discurso habermasiana como de gran utilidad. En primer lugar porque organizaciones y públicos van al menos, sino a alcanzar acuerdos o situaciones de mutuo beneficio, a entender mejor las posturas de la otra parte; en segundo lugar porque las empresas o los gobiernos van a ser más conscientes de las dificultades de implementar determinadas acciones y los públicos van a disponer de toda la información a la hora de interactuar con ellos.

En todo caso existe un debate abierto que plantea la tensión existente entre el modelo simétrico de las relaciones públicas y la teoría comunicativa habermasiana. Varios autores (Mayhew, 1997; Holmstrom, 1997; Benson, 2008; Ihlen, Van Ruler, Fredriksson, 2009) se han mostrado críticos por la apropiación que la teoría de las relaciones públicas ha hecho de las ideas de Habermas. Su principal argumento ha consistido en que la teoría simétrica es estratégica, es decir, está puesta al servicio de una organización que desea “controlar” a sus públicos, un enfoque que consideran antagónico a los postulados de la teoría de la acción comunicativa. Estos autores lo

justifican arguyendo que la teoría simétrica supuestamente debe estar al servicio de una comunicación más efectiva de la organización con sus públicos, la teoría de la acción comunicativa sostiene que el mejor argumento debe prevalecer. Las relaciones públicas solo se adherirían al mejor argumento en el caso de que sea en el interés de la organización.

Es importante precisar que queda un largo camino hasta que las relaciones públicas como profesión alcancen unos estándares éticos mínimamente homologables a los que sugiere Habermas en aras a lograr una esfera pública “saludable”. El modelo simétrico de las relaciones públicas sigue siendo más un ideal normativo (incluso en Estados Unidos) que una realidad. Una mayoría de organizaciones sigue practicando los modelos persuasivos o menos excelentes como el modelo de agente de prensa y el de información pública (Grunig y Grunig, 1992, 307).

En todo caso, aunque las ideas de Habermas son lógicamente minoritarias y desconocidas en el entorno profesional de las relaciones públicas, lo cierto es que han contribuido, a afianzar la comprensión del componente moral intrínseco del proceso comunicativo y, por tanto, a consolidar la confianza de la disciplina de las relaciones públicas cuando hace 25 años aproximadamente decidió adoptar el modelo simétrico como normativo.

5. CONCLUSIÓN

Hasta la fecha, la diversidad de intereses ha hecho difícil la asunción de una perspectiva común entre la teoría de la opinión pública y las relaciones públicas. Este artículo ha pretendido demostrar que ésta existe desde sus orígenes tanto en el ámbito investigativo como más tarde en el de la ética del discurso. El estudio del legado mutuo de Lippmann y Habermas pretende ser un primer paso sobre el que edificar una perspectiva integrada que permitan a ambas disciplinas entablar un diálogo y llevar a cabo un proceso mutuo de aprendizaje.

Este objetivo común requerirá de curiosidad y apertura de miras por ambas partes. En mi opinión ello requiere de dos supuestos para su cumplimiento. En primer lugar, que los teóricos de la opinión pública renuncien a planteamientos elitistas y en su lugar asuman que la gestión de la comunicación por parte de las organizaciones es legítima y necesaria para reforzar la propia noción de ciudadanía ya que su éxito

depende cada vez más de su capacidad para establecer un diálogo sincero y ético con sus públicos. En segundo lugar, que los teóricos y sobre todo los profesionales de la comunicación y las relaciones públicas, en línea con el modelo simétrico de Grunig y la ética del discurso de Habermas, renuncien a la utilización de modelos persuasivos. O en otras palabras, a entender que la gestión de la comunicación de las organizaciones tiene como objetivo controlar y manipular las opiniones y los comportamientos de sus públicos, y no la construcción de relaciones con ellos, tal y como sigue sucediendo con demasiada frecuencia.

BIBLIOGRAFIA

ADECEC. (2008), *La comunicación y las relaciones públicas. Radiografía del sector 2008*. En <http://www.adecec.com/>

ALLPORT, F. H. (1937), "Toward a Science of Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 1, pp. 7-23.

ALTERMAN, E. (1999), *Sound and Fury: The making of the punditocracy*, New York, Nation Books.

BENSON, R. D. (2008), "Public relations in the public sphere: Habermas, Bourdieu, and the question of power". Artículo presentado en la 58 Conferencia de la Asociación Internacional de la Comunicación en Montreal (Canadá).

BERNAYS, E. ([1923] 1927), *Crystallizing Public Opinion*, New York, Boni and Liveright. (Edición española: Bernays, Edward B. (1997), *Cristalizando la opinión pública*, Madrid, Gestión 2000).

BERNAYS, E. ([1928] 1928), *Propaganda*, New York, IG Publishing.

BLUMER, H. (1966), "The mass, the public, and public opinion". En B. Berelson & M. JANOWITZ (Eds.), *Reader in public opinion and communication* (2nd ed.), New York, Free Press.

BOBBITT, R., & SULLIVAN, R. (2009), *Developing the public relations campaign*, Boston, Allyn and Bacon.

BURKHART, R. (2007), "On Jurgen Habermas and Public Relations", *Public Relations Review*, 33, pp. 249-254.

CAMERON, G. T.; WILCOX, D. L.; REBER, B. H. & SHIN, J. (2008), *Public Relations Today: Managing Competition and Conflict*, New York, Allyn & Bacon.

CHILDS, H. L. (1940), *An introduction to public opinion*, Nueva York, John Wiley and Sons.

CHILDS, H. L. (1965), *Public opinion: nature, formation and role*, New York, Van Nostrand.

CREEL, G. (1920), *How we advertised America*, New York, Harper & Brother.

CUTLIP, Scott M., CENTER, Allen H. & BROOM, G. M. (1994), *Effective public relations*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall.

DAVIDSON, P. (1977), "Opinión pública: Introducción", *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, Vol. 4 y 5, Madrid, Aguilar.

DEWEY, J. (1927), *The public and its problems*, Chicago, Swallow Press. (Edición española: Dewey, J. (2004), *La opinión pública y sus problemas*, Madrid, España, Ediciones Morata.

EHLING, W. P. (1992), "Public relations education and professionalism", en J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum, pp. 439-464.

EWEN, S. (1996), *PR! A social history of spin*, New York, Basic Books.

FRASER, N. (1992), en Craig Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

GRUNIG, J. E. & HUNT, T. (1984), *Managing public relations*, New York, Holt, Rinehart and Winston.

GRUNIG, J. E., & REPPER, F. C. (1992), "Strategic management, publics, and issues", en J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum.

HABERMAS, J. (1984), *The theory of communicative action. Volume 1. Reason and the rationalization of society*, Boston, Beacon Press. (Edición en español: Habermas, Jürgen (2001). *Teoría de la acción comunicativa*, Tomo I, Madrid, Taurus).

HABERMAS, J. (1987), *The theory of communicative action. Volume 2. Lifeworld and system: A critique of functionalist reason*, Boston, Beacon Press. (Edición en español: Habermas, Jürgen (2001), *Teoría de la acción comunicativa*, Tomo II, Madrid, Taurus).

HABERMAS, J. (1990), *Moral consciousness and communicative action*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press. (Edición en español: Habermas, Jürgen (2008), *Conciencia moral y acción comunicativa*, Madrid, Trotta).

HABERMAS, J. ([1962] 1991), *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Boston, MIT Press. (Edición en español: Habermas, Jürgen (1981), *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili).

HABERMAS, J. (1992), Further Reflections on the Public Sphere, en Craig Calhoun, (Ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

HABERMAS, J. (1993), *Justification and Application: Remarks on Discourse Ethics*, Boston, MIT Press.

HARDT, H. (2002), "Reading the Russian revolution: international communication research and the journalism of Lippmann and Merz", *Mass Communication & Society*, 5, 1, pp. 25-39.

HOLMSTRÖM, S. (1997), "The inter-subjective and the social systemic public relations paradigms", *Journal of Communication Management*, 2(1), pp. 24-39.

IHLEN, O., VAN RULER, B., & FREDRIKSSON, M. (Eds.) (2009), *Public relations and social theory: Key figures and concepts*, New York, Routledge.

KLEIN, N. (2001), *No Logo*, Barcelona, Paidós.

LATTIMORE, D. L.; BASKIN, O. W.; HEIMAN, S. T. & TOTH, E. L. (2009), *Public Relations: The Practice and the Profession*, New York, Mc Graw-Hill.

LE BON, G. ([1895] 1986), *Psicología de las masas*, Madrid, Ediciones Morata.

LEEPER, R. (1996), "Moral Objectivity, Jurgen Habermas's Discourse Ethics, and Public Relations", *Public Relations Review*, 22 (2), pp. 133-150.

LIPPMANN, W. ([1913] 2005), *A Preface to Politics*, Amherst, New York, Prometheus Books.

LIPPMANN, W. (1914), *Drift and mastery*. New York, Mitchell Kennerley.

LIPPMANN, W. ([1922] 1997), *Public Opinion*, New York, Free Press. (Edición en español: Lippmann, Walter (2003), *La opinión pública*, Madrid, Langre).

LIPPMANN, W. ([1925] 2007), *The phantom public*, New Brunswick, New Jersey, Transaction Publishers.

LIPPMANN, W., & Merz, C. (1920), "A test of the news:", *The New Republic*, 23, 296, 1-42.

LUSKIN, J. (1972), *Lippmann, liberty, and the press*, Tuscaloosa, Alabama, University of Alabama Press.

MAYHEW, L. H. (1997), *The new public: Professional communication and the means of social influence*, Cambridge: Cambridge University Press.

MEISENBACH, R. (2006), "Habermas's Discourse Ethics and Principle of Universalization as Moral Framework for Organizational Communication", *Management Communication Quarterly*, 20 (39), pp. 39-62.

MILLS, C. W. ([1956] 2000), *The Power Elite*, New York, Oxford University Press.

MORENO FERNÁNDEZ, A. (2004), "Spain". En Betekke Van Ruler and Dejan Vercic (Eds.), *Public relations and communication management in Europe*, Berlin, Mouton de Gruyter, pp. 393-412.

PEARSON, R. (1989), "Business Ethics as Communication ethic's: Public Relations practice and the idea of dialogue", en C. H. Botan y V. Hazelton Jr. (Eds.), *Public Relations Theory* (111-131), Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum.

RAUPP, J. (2004), "Intermezzo: The public sphere as central concept of public relations", en Betekke Van Ruler y Dejan Vercic (Eds.), *Public relations and communication management in Europe*, Berlin, Mouton de Gruyter, pp. 309-316.

ROSPIR, J. I. (2010), *Opinión pública. La tradición americana 1908-1965*, Madrid, Biblioteca Nueva.

SCHILLER, H. I. (1989), *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, New York, Basic Books.

SCHUDSON, M. (1992), "Was there ever a public sphere? If so, when? Reflections on the American case", en Craig Calhoun (Ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, Massachussets, MIT Press.

SODERLUND, G. (2005), "Rethinking a curricular icon: the institutional and ideological foundations of Walter Lippmann", *The Communication Review*, 8, pp. 307-327.

SOLTZHAUSEN, D. (2000), "Postmodern values in public relations", *Journal of Public Relations Research*, 12 (1), pp. 93-114.

SOLTZHAUSEN, D. (2000), "Towards a postmodern research agenda for public relations", *Public Relations Review*, 28, pp. 251-264.

STEEL, R. (1970), *Walter Lippmann and the American century*, London, Transaction Publishers. (Edición en español: Steel, Ronald. (2007), *El periodista y el poder, una biografía de Walter Lippmann*, Madrid, Langre).

TARDE, G. ([1904] 1986), *La opinión y la multitud*, Madrid, Taurus.

THOMPSON, J. B. (1990), *Ideology and Modern Culture*, Stanford, Stanford University Press.

TYE, L. (2002), *The father of the spin: Edward Bernays and the birth of public relations*, New York, Henry Holt and Company.

WILCOX, D. L. & CAMERON, G. T. (2006), *Public Relations. Strategies and Tactics*, New York, Allyn & Bacon.

LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL ÁMBITO ACADÉMICO: INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

Lourdes Vinuesa Tejero

«Quién escribe del Estado o de Política sin entenderlas antes con la Opinión Pública está, simplemente, eludiendo la auténtica estructura central de su estudio»

Arthur F. BENTLEY

The Process of Government (1908)

En el año 2008 participé, como miembro del equipo de investigación del Proyecto I+ D “El concepto de opinión pública en el mundo contemporáneo”, en la realización de un libro cuyo título fue *Opinión Pública. Historia y presente*. Contribuí con el capítulo sobre “La Institucionalización de la opinión pública en España” a través del cual nos adentramos en el origen de la opinión pública como asignatura universitaria en España. Entonces, solo nos centramos en la relación de la materia con los estudios de Periodismo. Ahora, se trataría de ir más allá. Realizar una exploración de cuál es su situación en el ámbito académico desde el punto de vista de la docencia y de la investigación y siendo conscientes de que la opinión pública se gesta académicamente en el marco de las ciencias sociales: Derecho, Ciencia Política, Historia, Sociología, Psicología o Periodismo.

Para lograr nuestro objetivo hemos realizado, en primer lugar, un recorrido por la historia académica de la opinión pública estableciendo su relación con alguna de las disciplinas de las ciencias sociales, especialmente, con la sociología y el periodismo (epígrafe 2 y 3). Y, en segundo lugar, un estudio exhaustivo de todas las Universidades españolas, tanto públicas como privadas, con el fin de ir desgranando en qué Universidades, para qué formación académica, bajo qué rótulo y con qué contenidos se

nos está ofertando esta asignatura. Al mismo tiempo, hemos intentado ir explicando cuál ha sido la evolución de la investigación en esta materia. Y, todo esto ha sido posible, no sólo por la generosa colaboración de las instituciones consultadas, sino por la lectura de un trabajo que se realizó en EEUU en el año 1937¹ y que consistió en explorar los Departamentos y Universidades norteamericanos que impartían la asignatura de Opinión Pública aunque no fuese con esa denominación.

Ese trabajo fue presentado en una mesa redonda dedicada a la enseñanza universitaria de la Opinión Pública en la Conferencia Nacional de 1938 de la American Political Science Association (APSA). El título de la sesión oficial fue “Investigación y docencia de la Opinión Pública”. Nosotros presentaremos nuestro trabajo sobre España en el marco de las IV y V Jornadas sobre la Investigación de la Opinión Pública dentro del Proyecto I+D+i “Los momentos históricos de la Opinión Pública. De la Revolución Francesa a la actualidad”.

1. ANTECEDENTES ACADÉMICOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL ÁMBITO DE LAS CIENCIAS SOCIALES

La opinión pública como concepto, tiene una vinculación directa con el movimiento de la Ilustración lo que ha permitido que su estudio y su contenido se refieran, normalmente, a los principios políticos de la misma y, en última instancia, a su conformación en el seno del Estado de Derecho (Oliver, 2001). Así, el término opinión pública que, ya se había utilizado con anterioridad al siglo XVIII, no va a obtener carta de naturaleza moderna hasta que no pasemos del régimen de autoridad al régimen de opinión, finales del siglo XVIII, por la acción de una clase social, la burguesía; de una ideología, el liberalismo; y de un movimiento intelectual, la Ilustración. El resultado de este cóctel es el estallido de la Revolución Francesa y la promulgación de la *Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano* en 1789 (ampliada en 1793). De ahí, que opinión pública aparezca íntimamente ligada a los conceptos de libertad de prensa, parlamentarismo, representación política y constitucionalismo.

¹ Edward Bernays: “Universities-Pathfinders in Public Opinion”.

1.1 Ciencias Sociales y Opinión Pública: La Sociología

En España (Vinuesa, 2008), podemos decir que, en sus orígenes académicos (finales del siglo XIX) la dimensión de la Opinión Pública era, claramente, política y vinculada, por tanto, al campo de la política y del derecho². Pero, la Sociología a finales del siglo XIX, hará que pasemos de una dimensión, exclusivamente, política a otra académica y científica gracias al estudio del régimen de opinión, la publicidad política y la libertad de prensa. La Sociología se debe a estudiosos que, casi siempre, fueron sobresalientes en el campo del derecho y, como ya hemos dicho, de la ciencia política. En la primera mitad del siglo XIX, Jaime Balmes o Ramón de la Sagra se inclinan hacia el utilitarismo de J. Bentham y el positivismo. Y, a finales del siglo se da un intento de institucionalización académica de esta disciplina al crearse la primera cátedra en la Universidad de Madrid que será ocupada en 1898 por Manuel Sales y Ferré.

La Sociología como disciplina de las ciencias sociales fue objeto de atención, entre otras especialidades, de la Antropología, de la Filosofía, del Derecho penal y del político. Joaquín Costa formuló sus preocupaciones sociológicas desde las perspectivas de la Escuela Histórica del Derecho y utilizó cuestionarios y encuestas en sus estudios de usos, costumbres, documentos y convenios (Le Play³); Posada, accede a la Sociología desde el Derecho Político movido por su preocupación por los problemas sociales (Núñez Encabo, 2000); Dorado Montero⁴, abordó su obra sobre aspectos penales y criminales desde un aspecto sociológico o Santamaría de Paredes, que se dedicó a los problemas sociológicos desde la ciencia política. Obviamente, éstos no son los únicos intelectuales que deberíamos mencionar, puesto que la evolución de la

² Una Tesis doctoral de 1910 realizada por Luis García de los Ríos Ruiz bajo el título de *La opinión pública* y el trabajo de A. Cases Cassan de 1917 sobre *La opinión pública española: su fomento y su utilización: conceptos y juicios críticos de los senadores y diputados de España* pueden ser considerados juntos con otros escritos, de finales del XIX, de Adolfo Posadas, *Cursos de Derecho Político* (1883) o de Alberto López Selva, *Sobre la opinión pública* (1890) como los impulsores de la institucionalización de la asignatura de la Opinión Pública. Sin olvidar que los primeros escritos de alcance universitario y científico aparecen en el ámbito de la Institución Libre de Enseñanza (1876-1936), y vinculados al mundo del derecho. (Vinuesa, 2008).

³ Ingeniero Francés (1808-1882) que fue uno de los pioneros de la sociología y un impulsor decisivo del método científico en las ciencias sociales en el siglo XIX francés. Utilizó el método de observación directa y aplicó la técnica de investigación conocida por el método histórico de observación de casos. Todo ello supuso el anticipo de la Teoría del Muestreo.

⁴ “Problemas de Sociología Política”, *R.G.L.J.*, 81 (1892), páginas 346-372 o “La Sociología del Derecho Penal”, *R.G.L.J.*, 86 (1895), páginas 22-40, son algunas de sus obras más significativas para nuestros intereses.

Sociología hasta llegar a lo que representa, académicamente, en la actualidad va a necesitar de la confluencia de posiciones ideológicas y doctrinas muy distintas. Pero, si es cierto que los autores mencionados son un claro ejemplo de cómo se empieza a abordar la Sociología a finales del siglo XIX.

En siglo XX, hay una salida hacia Europa, sobre todo a Alemania, de jóvenes estudiosos que quieren conocer de primera mano que se está haciendo fuera de nuestro País. Ortega y Gasset será un claro ejemplo de ello. Ahora bien, una cosa es el flirteo con aspectos sociológicos y otra el reconocimiento del carácter científico de la Sociología que solo se alcanzará con su inclusión en los planes de estudios de la Universidad. Y, en esos momentos, la Sociología como tal disciplina, apenas existía en la Universidad Española. Sólo la cátedra, ya mencionada, que ocupa, en primer lugar Sales y Ferré y después Severino Aznar⁵ conecta, directamente, esta disciplina con la Universidad. Y, el cambio en la Opinión Pública será gracias a la Sociología. Francisco Giner, Gumersindo de Azcárate, Urbano González, Nicolás Salmerón, Manuel Sales y Ferré y Adolfo Posada están detrás de estos cambios, aunque el paso más firme lo encontramos en las obras de Sales y Ferré y de Adolfo Posada donde la Opinión pública ha perdido, claramente, la perspectiva política para ir entrando en la sociológica⁶ (Rospir, 1990: 112-123 y 133).

1.2 La Opinión Pública y la institucionalización académica de la Sociología

Lo expuesto en el apartado anterior muestra la relación Sociología-Opinión Pública ¿pero cómo se establece la misma? En primer lugar, tenemos que referirnos a la implantación de la Sociología en el ámbito universitario. En España, esta implantación, después de las aportaciones de los considerados primeros sociólogos españoles⁷, sufrió un retroceso como consecuencia del estallido de la Guerra Civil que trajo consigo

⁵ Este sociólogo utiliza, como vimos en el texto respecto a Joaquín Costa, estudios empíricos y técnicas investigadoras como el método Le Play.

⁶ Sirva como ejemplo que Manuel Sales Ferré, el primer catedrático de sociología en España, dedica un capítulo a la opinión pública en el Libro Cuarto de su *Tratado sobre Sociología* (1912). Así lo recoge J. I. Rospir en su estudio sobre “La opinión pública en España”.

⁷ Francisco Giner, Gumersindo de Azcárate, Urbano González, Nicolás Salmerón, Manuel Sales y Ferré y Adolfo Posada.

exilio⁸, represión y censura (Gómez Arboleya, 1958). Pero a lo largo de los años cuarenta y cincuenta el mecanismo se pone, de nuevo, en marcha hasta llegar a los años setenta en los cuales se establece la actual configuración de la sociología española. Esto se consiguió gracias a la creación del Instituto de Estudios Políticos (1939) y la Facultad de Ciencias Políticas y Económicas (1944). Y, fue posible porque algunas cátedras de derecho político y filosofía del derecho se empiezan a orientar hacia un enfoque sociológico (Facultad de Derecho de la Universidad de Granada, de Madrid y de Zaragoza), así como algunas facultades de filosofía (Universidad de Madrid). Pero, todo este proceso de cambio se acaba concentrando en la Facultad de Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales de la Universidad de Madrid (Torres Albero, 2003) que se dividirá en una Facultad de Políticas y otra de Económicas con Departamentos de sociología. La creación en 1972 de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología sustituirá a la de Políticas surgida de la escisión de la de Económicas.

La nueva orientación de algunas universidades junto con la creación del Instituto de Estudios Políticos y la Facultad de Ciencias Políticas y Económicas, contribuyó a que la Sociología siguiera una línea modernizadora por la concesión de becas para que sus profesores pudieran conocer la realidad norteamericana. Por ello, podemos decir que a esta vocación sociológica contribuyen las estancias académicas a los Estados Unidos de algunos profesores. Juan Díez Nicolás estuvo en la Universidad de Michigan, precursora de los estudios sobre Opinión Pública al crear en 1881 el Departamento de Ciencia Política. Y, Salustiano del Campo estuvo en la Universidad de Chicago la cual representó, junto con la Universidad de Princeton (H. Childs) y la de Harvard (C.J. Friedrich), la institucionalización de la Opinión Pública en los Estados Unidos en el siglo XX al crear un Departamento de Ciencia Política donde el profesor Laswell tenía un curso titulado “Opinión Pública y Propaganda”. En España, pues, la búsqueda de referencias y concepciones para la disciplina se hizo por profesores universitarios de derecho y de filosofía, con una formación jurídica de tradición alemana e historicista, que, en esos momentos, se ven influenciados por la sociología empírica norteamericana.

A medida que la Sociología se va asentando en los programas de las diferentes Facultades de las ciencias sociales y que empiezan a constituirse departamentos

⁸ Un grupo importante del ámbito de las ciencias sociales emigró a América del Sur, sobre todo a México y Argentina. Dedicados a la Sociología y a la Ciencia Política fueron calificados por Gómez Arboleya como “condición de sociólogos sin sociedad propia” pues sólo ocuparse de la sistematización teórica. Dentro de este grupo están Francisco Ayala, Luis Recasens o José Medina, considerados, en ese momento, como sociólogos de primer orden.

específicos de sociología en el ámbito del derecho, de la política, de la economía, del periodismo,... así como los cursos impartidos por el Instituto de Estudios Políticos y afines, la Sociología adquiere entidad propia desde el punto de vista académico hasta el punto de crearse la facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Y, será a través de la docencia de esos departamentos que la opinión pública adquiera carta de naturaleza académica convirtiéndose en una asignatura más de las licenciaturas impartidas en esas Facultades. Un ejemplo claro de esa relación está en el plan de estudios sobre la enseñanza del Periodismo de 1962⁹, que con tres cursos académicos, incluía la asignatura *Sociología y Sociometría*. Y, al acceder a su temario nos hemos encontrado con un tema sobre “Detección de la opinión pública: las curvas de opinión”. (Vinuesa, 2008).

Para concluir con este primer epígrafe, podemos afirmar, sin miedo a equivocarnos, que la institucionalización de la opinión pública está relacionada o depende de la institucionalización de algunas de las disciplinas más emblemáticas de las ciencias sociales ¿Por qué?, pues porque la opinión pública está más vinculada a una docencia en el marco de la sociología, la ciencia política, el derecho, la psicología, la historia y el periodismo. Pero ha sido, sobre todo, el desarrollo de la sociología y su implantación en España lo que ha propiciado el estudio de la opinión pública, bien como asignatura independiente, bien como una de las preocupaciones de algunas de las disciplinas mencionadas. Lo que nos permite afirmar, por tanto, que se produce una supeditación de la opinión pública a las técnicas de cuantificación como consecuencia por la influencia de la corriente norteamericana en la década de los años cuarenta y cincuenta.

2. LA INVESTIGACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Las universidades no fueron el único motor de la institucionalización de la sociología y, por ende, de la opinión pública. Si no que la puesta en práctica de los conocimientos desarrollados, desde finales del siglo XIX hasta mediados del XX, por las empresas de mercado y de la opinión pública como Data (Juan José Linz y Amando de Miguel) y Eco (Jesús Ibáñez) jugaron un papel muy importante porque

⁹ Orden del Ministerio de Información y Turismo de 18 de agosto de 1962 (B.O.E del 29 de agosto) por la que se instaura un nuevo Reglamento de la Escuela y un nuevo plan de estudios.

contribuyeron, no solo a la profesionalización de la sociología sino al desarrollo de la investigación de la opinión pública.

La creación de algunos centros a finales de los años 30 y en la década de los 40 contribuyó al inicio de la investigación en el campo de la opinión pública. En septiembre de 1939 se creó por ley el Instituto de Estudios Políticos que, según, la Ley Fundacional debía dedicarse a la investigación de los problemas de la patria, aunque, también, se establecía la posibilidad de ser escuela para la formación política superior¹⁰. El Instituto de Estudios Políticos y su *Revista de Estudios Políticos*, publicada por primera vez en 1941, sentaba las líneas del pensamiento político.

En el otoño de 1942 se creó el Servicio de Auscultación de la Opinión Pública. Esta institución estuvo encargada de investigar la opinión nacional. Integrado en la Delegación Nacional de Prensa, vinculado a la Vicesecretaría de Educación Popular dentro de la Secretaría General del Movimiento. Una encuesta mensual, con un cuestionario no inferior a veinte preguntas y una muestra de cinco mil personas fue su primer estudio. Los resultados de esos trabajos se publican en la prensa diaria, en la *Gaceta de la Prensa Española*, la *Revista Opinión*, creada para difundir los resultados de estos estudios y que deja de publicarse en 1956. Los temas sobre los que se auscultaba no eran controvertidos, aunque llama la atención que en 1943 se realizara una encuesta cuyo tema principal fue la cultura política de los españoles (Vinuesa, 2008).

El Instituto Balmes de Sociología, creado por Decreto el 29 de marzo de 1944 se hizo cargo de la edición de la *Revista Internacional de Sociología* que se utilizó en sus primeros años de existencia para la divulgación y difusión de artículos. Esta institución que tenía como finalidad las investigaciones sociológicas y demográficas empezó a organizar cursos de estudios de Sociología, interesándose, especialmente, por las Técnicas de Investigación Social dando origen a lo que llegaría a ser la asignatura de Métodos y Técnicas de Investigación Social.

Y, para terminar con este recorrido, aunque no mencionemos a todos, referirnos al Centro de Estudios Sociales. Inaugurado el 1 de abril de 1959, sus actividades se iniciaron en 1961. El *Boletín*, las Mesas Redondas y la *Revista de Estudios Sociales* constituyeron un medio de divulgación de la actividad de los sociólogos españoles durante veinte años (Alcobendas, 2006: 60-61).

¹⁰ Ley de 9 de septiembre de 1939 (B.O.E. de 11 de septiembre de 1939).

2.1 El Instituto de la Opinión Pública (IOP)

«Para quienes en 1963 nos iniciamos en el estudio empírico de la Opinión Pública, la creación del *Instituto de la Opinión Pública* y su desarrollo posterior fue una experiencia única. Lo que me llevó, después de más de cuarenta años de actividad profesional, a plasmar su historia en un libro »¹¹.

Según estas palabras, la institución que, sin duda, desempeñó la mayor labor para el desarrollo de la investigación de la opinión pública en España fue el *Instituto de la Opinión Pública* (1963), cuyo origen se encuentra en la dinámica de trabajo del Servicio de Auscultación de la Opinión Pública. Creado por iniciativa de Manuel Fraga para recoger datos e información sobre las opiniones de los españoles y su evolución. Las intenciones del entonces recién nombrado Ministro de Información y Turismo eran dos: tener un instituto que fuera útil para la gestión gubernamental y contribuir con su creación al desarrollo de la Sociología en España. Para cumplir estos dos objetivos, Fraga contó con tres profesores universitarios: Salustiano del Campo, Seara y Díaz Nicolás. Además, el IOP, según iba estructurándose, fue contratando a jóvenes profesores universitarios para ir conformando su plantilla (José Ramón Torregrosa, Carmelo Lisón, Antonio López Pina o Pío Navarro) y así los académicos podían conocer y aplicar la investigación empírica, pues en la Universidad no existía esa posibilidad de formación. Este claro vínculo entre el Instituto y la Universidad hizo que este centro tuviese desde sus comienzos una marcada orientación científica y universitaria (Torres Albero, 2003: 23).

Esta institución supuso, también, la consagración académica de la asignatura *opinión pública* puesto que se incluyó en unos cursillos que se organizaron para la contratación de su personal. Además, se constituyó una Biblioteca y una Hemeroteca. En la primera se tuvo como temas prioritarios a la Opinión Pública, la Comunicación Social y las Técnicas de Investigación Social. La hemeroteca trajo a España multitud de revistas sobre Opinión pública de las cuales podríamos destacar *La Revista de Estudios Políticos* (Instituto de Estudios Políticos), *Revue Française de Sociologie* (Centre National de la Recherche Scientifique), *Sociologie* (Alemania), *Population Studies: a journal of Demography* (London School of Economics) o las americanas

¹¹ Con estas palabras, Pilar Alcobendas, miembro del equipo de profesionales del IOP, nos ha expuesto lo importante que fue para esa época la creación del IOP pues, gracias a él se empezó a poner en práctica el estudio de la opinión pública.

Public Opinion Quaterly (AAPOR) y *American Social Review* (American Sociological Association), entre otras. El Instituto, por su parte, creó *La Revista Española de la Opinión Pública*, en cuyo número cero, abril de 1965, González Seara¹² expuso los objetivos de la misma: divulgar los aspectos relacionados con el estudio de la opinión pública, y contribuir a un enriquecimiento de la vida política española con la inclusión de artículos de autores extranjeros y la información sobre los eventos que en materia sociológicas se realizaban en el mundo (congresos, encuentros, seminarios, conferencias,...). Entre febrero y abril de 1973 y con el fin de difundir entre los universitarios madrileños las técnicas y estudios de opinión, el Instituto y la Escuela de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid organizaron un cursillo sobre Opinión Pública y Comunicación de masas¹³.

También se publicó un *Boletín del Instituto de la Opinión Pública* para, no solo, divulgar los datos de los estudios realizados por el Instituto, sino para dar a conocer a la comunidad científica los datos de encuestas procedentes de investigaciones extranjeras y, así poder acceder al conocimiento de la opinión pública y de la comunicación de masas. Y, una prueba más de la relación entre esta institución y sus publicaciones con la investigación y docencia de la opinión pública lo podemos encontrar en el hecho de que en algunos de sus números escribieron algunos de los primeros profesores encargados de la docencia de *opinión pública*. En el número 44 de abril-junio de 1976 aparece un artículo firmado por Juan Beneyto¹⁴ “La audiencia de la propaganda” y otro de Juan Badía, “Teorías contemporáneas en torno a la Ciencia Política” (Vinuesa 2008). Este último nos sirve para corroborar la relación de la opinión pública con el derecho (ya comentado en el apartado primero), pues, aun siendo un jurista de gran prestigio, fue el encargado, junto a Núñez Ladeveze, de la asignatura de *Opinión Pública* en el primer curso que se impartió en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (1974-1975). Sin olvidarnos de que el primer catedrático de Opinión Pública, Alejandro Muñoz Alonso (1984), fue director del IOP de diciembre de 1972 a julio de 1973. Sin duda, estas actuaciones del Instituto supusieron una

¹² Este sociólogo, ya mencionado, fue director del Instituto de 1963 a 1967, director de la revista y publicó en 1968 el libro *Opinión pública y comunicación de masas*.

¹³ Como profesores participaron: Luis González Seara, Alejandro Muñoz Alonso, Francisco Sanabria y José Bugada.

¹⁴ Profesor que se incorpora al Instituto León XIII –al cual nos hemos referido con anterioridad- en 1954¹⁴ quién dirige un seminario que se convertirá, más tarde, en el primer libro que se publica en nuestro país sobre la investigación de la Comunicación Social: *Mass Communication* (1957).

demostración clara del marcado carácter académico que la Sociología y la Opinión Pública estaban adquiriendo.

Las investigaciones con encuestas y, algunas con análisis de contenido, se centraron en estudios de tráfico, de turismo, de los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión, cine, teatro, libros, análisis de audiencias,...), actitudes religiosas, cuestiones de actualidad, sistema educativo,... Temas no demasiado conflictivos para la situación política española del momento. Pero, a partir de finales de los años sesenta empiezan a realizarse estudios electorales: predecir los resultados del Referéndum sobre la Ley Orgánica (1966), un Sondeo preelectoral sobre elección de Concejales municipales en Madrid (1966), Elecciones a Procuradores en Cortes (1967), Elecciones municipales (1973), Censo electoral y referéndum (1976), Referéndum sobre la reforma política (1976), Legalización del PCE (1977) o macroencuestas para conocer la intención de voto ante las primeras elecciones democráticas (1977). Todo ello junto a estudios que intentan aportar datos sobre las actitudes políticas, la popularidad de los políticos o la influencia de los distintos grupos sociales: la aparición del Informe FOESSA (1968), cuestiones de actualidad (1969), asociacionismo político (1970) o actitudes y opiniones política (1973), entre otros. Todo ello demuestra, además, la importancia que tienen las empresas de mercado (estudios cuantitativos y cualitativos)

Lo anterior, nos permite entender por qué el concepto clásico de la opinión pública identifica a ésta con la opinión política. Por ello, su estudio se acaba ciñendo a su expresión e influencia en los entornos políticos democráticos, lo que facilita la utilización de los sondeos de opinión como los métodos más adecuados para conocer dicha opinión. Esta tendencia metodológica hace que, en ocasiones, se acabe abusando de los métodos cualitativos y cuantitativos hasta el punto de confundir el concepto de la opinión pública con los instrumentos para conocer su contenido e incluso, se acabe considerando la opinión pública como equivalente a las opiniones que aparecen en las encuestas de opinión.

2.2 El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)

En octubre de 1977, el Instituto de la Opinión Pública deja de denominarse así para transformarse en el Centro de Investigaciones Sociológicas, dependiente de la Presidencia del Gobierno. Su primer director, Julián Santamaría Ossorio, «se planteó intensificar las relaciones con la universidad y sus investigadores e institucionalizar el CIS por encima de cualquier cosa. Fomentar la investigación empírica en el campo de la sociología y la ciencia política y con ello que el centro contribuyera a un conocimiento más sólido de la realidad española» (Torres Albero, 2003: 209). Los siguientes directores y presidentes¹⁵, hasta el día de hoy, han seguido, independientemente de su adscripción política, con ese planteamiento de perfeccionar lo que heredaron de la dictadura franquista aplicando una política de continuidad respecto del responsable anterior.

El CIS sigue con la dinámica de trabajo del IOP, pero las nuevas circunstancias políticas (Democracia) y el rodaje transcurrido, hacen que se vayan perfeccionando todas sus estructuras. La edición de libros y monografías desembocan en la creación de series editoriales que han convertido al CIS en una especie de editorial universitaria al más puro estilo de las University Press anglosajonas (Torres Albero, 2003). La revista, se renueva y se convierte en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*. Se crea el curso de postgrado, aparece la figura del becario y se dotan becas para jóvenes investigadores. Se organizan encuentros de debate y discusión, se patrocinan investigaciones universitarias, se crea un centro de Datos que se conecta a la red internacional ARCE, se crea la página web, etc., Novedades, todas ellas, mejoras que se van introduciendo referidas a la promoción de las ciencias sociales, la profesionalización de la sociología y la ciencia política, y el fomento de las relaciones con la más amplia comunidad internacional, respecto de la etapa del IOP.

Todos esos cambios repercuten en el estudio de la Opinión Pública que ha evolucionado desde algunos de los últimos que realizó el Instituto de la Opinión Pública como la encuesta sobre la opinión de los españoles acerca de la legalización del PCE (abril de 1977, estudio 1133), o las primeras macroencuestas (abril, mayo y junio de 1977, estudios 1132, 1135 y 1136) para predecir los resultados de las primeras

¹⁵ En 1990, bajo el mandato de Luis Rodríguez Zúñiga, el CIS se convirtió en un organismo autónomo de carácter administrativo, con personalidad jurídica y patrimonio propio. Por eso los directores pasaron a la condición de presidentes.

elecciones democráticas de 1977 (ya mencionado). Ahora y desde la muerte de Franco, el IOP convertido en CIS sigue realizando investigaciones. El sondeo rápido tras el golpe de Estado del 23 de febrero de 1981 sin las tecnologías sofisticadas del momento actual (CATI y CAPI), el pronóstico contra corriente en el referéndum de la OTAN, el seguimiento del declive del Gobierno Socialista, el triunfo de Aznar, la Guerra de Irak, el atentado del 11 de marzo de 2004, los barómetros sobre los temas que preocupan a los españoles, y un largo etcétera, hasta la acomodación de las encuestas que, según, sus directivos han contribuido a fomentar los valores democráticos.

En los primeros años, estos estudios, seguirán manteniendo muchos de los vicios de sus predecesores, pero a medida que la democracia española se va consolidando y que se van perfeccionando las técnicas utilizadas, los estudios adquieren una mayor relevancia social y política. De hecho, en 1995, en la última legislatura socialista, para que los resultados de sus investigaciones no fueran de uso exclusivo del gobierno de turno hubo un acuerdo parlamentario que se plasmó en la Ley 39/1995 de 19 de diciembre, y que garantizaba la transparencia y el acceso público a los resultados de la actividad científica del centro y, por tanto, contribuyó a reducir la politización de sus estudios-resultados de la que se le acusó en algún momento.

El CIS se ha convertido en la referencia de credibilidad demoscópica de la sociedad española, a pesar de que, en algunas ocasiones su clara politización le ha llevado a ser el centro de las críticas mediáticas y de la oposición (elecciones de 1979, referéndum de la OTAN, periodo de 1993 a 1996,...). Y, todo ello gracias al conocimiento de las opiniones del otro y su contribución a la cultura democrática, así como la información que guarda su banco de datos para conocer la historia de España de la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI.

Y, aunque el IOP se ha transformado en un maduro Centro de Investigaciones Sociológicas, la conexión, la colaboración y el intercambio entre las Facultades y el CIS es constante y no ha dejado de producirse, cualquiera que sea el gobierno de la democracia española (Alcobendas, 2006:13). Además, el crecimiento ha sido la tendencia, así como «la larga marcha hacia la transparencia, desde la oscuridad a un grado elevado de transparencia» (Torres Alberó, 2003: 281). Con lo que el CIS ha ganado en credibilidad entre los académicos y científicos sociales.

3. RELACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Como ya hemos comentado, el primer catedrático de sociología en España fue el profesor Manuel Sales y Ferré. En su *Tratado de Sociología*, publicado en 1912, dedica un capítulo (el III) en el Libro Cuarto a la opinión pública. Además, **expone que uno de los elementos que contribuyen a la formación de la opinión pública es, precisamente, la prensa.** (Rospir, 1990: 133).

La estrecha vinculación entre opinión pública y medios de comunicación de masas y los efectos de éstos sobre aquella ha dado paso al desarrollo de los métodos aplicados al estudio de la opinión pública y la vuelta al referente político como eje central de los estudios sobre la opinión pública.

En una sociedad como la española en la que el crecimiento de los medios es una realidad, no podemos olvidarnos del papel de «transmisor de la información política» que llevan a cabo. De ahí que se considere que los medios han jugado, juegan o pueden jugar un papel destacado como medio de aprendizaje y socialización política. Raúl Gabás (2001: 183), en un artículo sobre la opinión pública describe la relación entre los medios de comunicación y la opinión pública como un problema difícil de abordar en el momento actual. Pero lo más interesante es cuando afirma que «el que posee la prensa es dueño de la opinión y, consecuentemente, de los votos, ventas y modas».

Por ello, nos hacemos eco de las palabras de María Arroyo y Marta Roel (2006: 9-11) respecto del papel de los medios en la historia reciente española: « los medios de comunicación se han revelado como factores imprescindibles en la sociedad contemporánea, sobre todo en los últimos treinta años cuando se ha consolidado el sistema democrático en España. Por eso el estudio de la prensa, la radio y la televisión, así como la aparición de una nueva forma de comunicación como Internet, y la presencia de Grupos Multimedia que dominan el sistema mediático, ha adquirido y adquiere un especial interés ayer y hoy (...), de ahí que sea conveniente conocer los entresijos de los medios y sus implicaciones en la sociedad».

En España partimos de un auténtico subdesarrollo en lo que se refiere a la comunicación política, aunque a partir de 1962 la llegada de Manuel Fraga al Ministerio de Información y Turismo y la promulgación de la que se conoció como La Ley Fraga en 1966, nos introducirá en un aperturismo al eliminar la censura previa. Esta apertura contribuyó al papel político que los medios han jugado desde el establecimiento de la

democracia en nuestro país. Tal es así, que los estudios que se han realizado sobre medios de comunicación destacan el papel de la prensa como precursora del cambio en los últimos años del franquismo. Después, durante la transición, fue considerada el motor del cambio y, finalmente, se ha convertido en defensora/ censora (según las ideologías) de los sucesivos gobiernos de la democracia (Alfárez, 1986: 255). En la misma línea se manifiestan quienes han destacado el papel tan importante que tuvo la prensa, justo, hasta la llegada de los socialistas en 1982, cuando se empleaba hasta la saciedad expresiones como *Parlamento de Papel* (Cavero, 1991: 24).

La consideración de que los medios de comunicación ejercen funciones mediadoras entre la realidad y el ciudadano se muestra cada vez más cierta, porque la prensa, y, sobre todo, la televisión, crean una nueva realidad que se interpone entre el poder político y el ciudadano. Si bien es cierto que se acepta la creencia de que las noticias, las informaciones y el debate político capacitan a los ciudadanos respecto de las formaciones de opiniones, también ayudan a las organizaciones e instituciones sociales y políticas a definir la “verdad política”. Configuran, pues, nuestra propia agenda y, también, la agenda institucional (Vinuesa, 2008: 268-269).

Lo anterior se percibe, claramente, en la investigación de la opinión pública. Así, el IOP, incluyó en 1964 un estudio sobre los medios de comunicación de masas, cuyos resultados aparecieron publicados en el número 0 de la *Revista Española de la Opinión Pública (REOP)*. Esta investigación consistió en un estudio descriptivo sobre la situación de los medios de comunicación en España que incluyó dos fases: la primera se realizó en los seis primeros meses de 1964 y se abordó el análisis estructural y de contenido de la prensa, la radio, la televisión y el cine español; en la segunda, desde el verano de 1964, se efectuó una encuesta a los ciudadanos madrileños para conocer sus opiniones, actitudes, hábitos de frecuencia, etc., relativos a los medios de comunicación.

Después, se fueron haciendo otros estudios como análisis de audiencias (Estudio 1003, 1965), Medios de comunicación infantiles (Estudio 1007, 1964), Prensa extranjera (varios), Medios de comunicación social y sus influencias en la toma de decisiones (Estudio 008, 1966), Prensa y comentaristas políticos, evaluación de los comentarios políticos en la formación de la opinión (Estudio 1064, 1973), Barómetro I, Cuestiones de actualidad como la evaluación de los medios de comunicación (Estudio 1078, 1975) o ya terminando con la etapa del IOP, un nuevo estudio sobre los Medios de Comunicación de masas (Estudio 1107, 1976). Y, por supuesto, todos los realizados en la etapa del CIS hasta la actualidad.

Resultaría inútil, por obvio, insistir en la dimensión política de los medios de comunicación. No sólo los mensajes que puedan trasladarse a través de los medios de comunicación tienen un contenido político, sino que también los medios en sí tienen una indiscutible dimensión política, independientemente del uso que de ellos se haga o del papel que interna o externamente le sean asignados. Tal afirmación, evidentemente, resulta válida sea cual sea el régimen político donde operen los medios.

La tríada poder político-medios de comunicación-opinión pública constituye, pues, el punto de encuentro de las ciencias sociales que hace de cualquiera de sus elementos un objeto de estudio científico necesariamente interdisciplinar: la comprensión de las más o menos difusas interacciones de la sociedad y el Estado. Desde un punto de vista metodológico, el equilibrio entre las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas y la interdisciplinariedad son, actualmente, los rasgos básicos de los estudios sobre la opinión pública y los medios de comunicación. Desde la perspectiva material, es el referente político el que mejor define la orientación de los estudios sobre estas materias. En los estudios sobre la formación y acción de la opinión pública siguen predominando los que tienen como telón de fondo la democracia como referente político.

4. LA DOCENCIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

En este último apartado nos vamos a ocupar de presentar a los lectores el estado actual de la docencia de la opinión pública en España. En los epígrafes anteriores se recoge la historia académica e investigadora respecto de la opinión pública, ahora y después de habernos ocupado ya de la institucionalización de esta disciplina para un trabajo anterior (Vinuesa, 2008), vamos a realizar un estudio exhaustivo de todas las Universidades Españolas, tanto públicas como privadas, con el fin de ir desgranando en qué Universidades, para qué formación académica, bajo qué rótulo y con qué contenidos se nos está ofertando esta asignatura. Que nosotros sepamos no existe ningún trabajo con estas características y pretensiones en España, por lo que hemos repasado la historia de la docencia de la opinión pública en otros países, tomando como referencia un estudio que se realizó en Estados Unidos y que fue presentado en 1937 en la Conferencia Nacional de 1938 que organizó la American Political Science Association (APSA).

Esta Conferencia contó con una mesa dedicada a la enseñanza universitaria de la Opinión Pública, algo que ya había empezado a producirse en algunas Universidades desde 1933. La sesión oficial llevó por título “Investigación y docencia de la Opinión Pública”. De las intervenciones que se presentaron hubo una que destacó especialmente. Se trató del trabajo realizado por Edward Bernays en 1937 y presentado con el título de “Universities-Pathfinders in Public Opinion” (ya mencionado).

Consistió en una especie de encuesta a ocho Colleges y veintitrés Universidades para saber si se impartía Opinión Pública y bajo que denominación. Contabilizó sesenta y tres asignaturas de las cuales solo ocho figuraban con el título de Opinión Pública y se impartían en siete Universidades. El resto, aparecían con denominaciones que con el tiempo se han convertido en una opinión pública más: “Opinión Pública y Propaganda”; “Partidos Políticos y Opinión Pública”; “La Opinión Pública y la Prensa”; “Formación de la Opinión Pública”; y “La Opinión Pública y el Gobierno”. Todos son títulos que corroboran lo que hemos expuesto en los epígrafes anteriores, pues se aprecia claramente la interdisciplinariedad de esta materia, vinculada o dependiente de algunas de las disciplinas más significativas de las ciencias sociales.

Pues, igual que ese trabajo de 1937 sirvió de guía y de exploración para conocer los títulos concretos de las asignaturas, los Departamentos y Universidades que las impartían, nosotros hemos rastreado las Universidades Españolas, por Comunidades Autónomas, para saber dónde, cómo, por quién, con qué denominación y para quién se está impartiendo, en estos momentos, Opinión Pública en España.

En este epígrafe vamos a recoger, por tanto, los datos obtenidos del análisis realizado a las Universidades existentes en España, tanto públicas como privadas. Se han rastreado un total de setenta y seis universidades repartidas entre las diecisiete comunidades autónomas que componen nuestro país. De esas universidades, cincuenta y ocho son públicas y dieciocho privadas (iglesia u otra organización). En la búsqueda realizada, visionando los currículos de las facultades de ciencias sociales nos hemos encontrado con que en treinta y dos de esas universidades españolas y para alguna de sus licenciaturas o grados se está impartiendo o está previsto impartirse una asignatura denominada *Opinión Pública* o con la expresión “opinión pública”. En el cuadro que vamos a insertar a continuación aparecen las universidades por comunidades autónomas, diferenciando entre las públicas y las privadas (sin o con asterisco, respectivamente) y remarcando si se imparte opinión pública o no (en otro color las que si imparten):

Cuadro 1: Universidades españolas por Comunidades Autónomas

Autonomías	Universidades										
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Internacional de Andalucía	Jaén	Málaga			
Andalucía											
	Sevilla	Pablo de Olavide (Sevilla)									
Aragón	Zaragoza	San Jorge*									
Asturias	Oviedo										
Baleares	Islas Baleares										
Canarias	La Laguna	Las Palmas de G.C.									
Cantabria	Cantabria	Menéndez Pelayo									
Castilla la Mancha	Castilla la Mancha										
Castilla y León	Burgos	Católica de Ávila*	Europea Miguel de Cervantes*	IE University*	León	Salamanca	Pontificia Salamanca*	Valladolid			
Cataluña	Abad Oliva*	Autónoma de Barcelona	Barcelona	Girona	Internacional de Cataluña	Obera	Politécnica				
	Rovira i Virgili	R. Lluïl*	Vic	Pompeu Fabra	Lleida						
Extremadura	Extremadura										
Galicia	A Coruña	Santiago	Vigo								
Madrid	Alfonso X El Sabio*	Alcalá	Nebrija*	Autónoma	Cemilo José Cela*	Carlos III	Politécnica	Centro Villanueva*			
	Un. Educación a Distancia	Distancia de Madrid	Rey Juan Carlos	Complutense	Comillas	CEU San Pablo*	Europea*	Francisco de Vitoria*			
Murcia	P. de Cartagena	Catolica de San Antonio*	Murcia								
Navarra	Navarra*	Publica de Navarra									
Pais Vasco	Deusto*	Mondragón	Pais Vasco								
La Rioja	La Rioja										
Valencia	Alicante	Jaume I	M. Hernández	Politécnica	Valencia	CEU Cardenal Herrera*	Católica de San Vicente*	Internacional de Valencia*			

Fuente: Elaboración propia

A continuación vamos a recoger, también en forma de cuadro, las diferentes denominaciones con las que se imparte o se va a impartir la disciplina de Opinión pública. En total, y después de realizar un rastreo de las facultades dónde se podía impartir, han aparecido diecisiete denominaciones, desde Opinión Pública hasta las que la relacionan con la sociología, la comunicación social, el derecho (las relaciones internacionales), la investigación (análisis, herramientas), la economía (comportamiento económico) y la comunicación política (comportamiento político, cultura política, ciencia política). Estas modalidades de denominación de opinión pública vienen acompañadas de las universidades, las facultades y las licenciaturas o grados en las que se imparten o se van a impartir.

Además de estos datos, en el cuadro mencionado también se recoge información sobre el tipo de asignatura si es troncal, formación básica, obligatoria u optativa. Así como el número de créditos que tiene adjudicados, el curso en el que está ubicada su docencia y el departamento del cual depende la misma. Hay que advertir al lector que no siempre hemos podido conseguir toda la información y el motivo es que al no estar operativas aún, en las facultades consultadas no nos han podido facilitar más datos sobre la misma. Es cierto que esa información se encuentra en las planificaciones docentes que las facultades presentaron a la ANECA para su aprobación y, por tanto, puesta en marcha. Pero, de momento, no hemos podido acceder a ella. Esperamos que para una futura publicación podamos acceder a toda la información y subsanar esas deficiencias.

También quedará pendiente conocer la formación académica de los profesores que imparten esta asignatura para valorar si sus programas docentes están condicionados por ella. Para poder obtener esos datos y establecer la relación realizaremos entrevistas en profundidad a los profesores y analizaremos sus programas.

Hechas las aclaraciones pertinentes vamos a destacar los siguientes aspectos del cuadro con las diferentes denominaciones de la asignatura Opinión Pública:

1. Las facultades donde se imparten son las propias de las Ciencias Sociales: Comunicación o Ciencias de la Información, Ciencias Humanas, Ciencias Sociales, Letras, Humanidades, Políticas y Sociales, Sociología, Derecho, Económicas y Empresariales;
2. Se incluyen, generalmente, según lo expuesto en el punto anterior en licenciaturas y grados del ámbito de las facultades mencionadas: periodismo,

publicidad, comunicación audiovisual, sociología, ciencia política, derecho, relaciones internacionales, administración pública, filosofía, filología o investigación de mercados;

3. El área de conocimiento, salvo algunas excepciones es coincidente al estar ubicada la asignatura en el departamento de Sociología y, de no existir éste, se engloba en otros más amplio como son los de comunicación;

4. Los créditos que se ha otorgado a esta disciplina oscilan entre los 3 y 4,5 cuando son optativas, aunque en algún caso hemos encontrado una con 9 (Universidad a Distancia de Madrid), con 4 (Pompeu Fabra) y entre 6 y 9 (sobre todo, licenciatura) cuando son obligatorias, troncales o de formación básica y, finalmente decir que ;

5. El carácter que predomina es el de la obligatoriedad de esta materia en los currículos consultados, casi el doble que la optatividad.

Todos estos datos se pueden comprobar en el cuadro 2:

DENOMINACIÓN	UNIVERSIDAD	FACULTAD	LICENCIATURA	GRADO	CURSO	CRÉDITOS	TIPO	DEPARTAMENTO
OPINIÓN PÚBLICA	SEVILLA	COMUNICACIÓN	PERIODISMO	PERIODISMO	TERCERO	6	OPTATIVA	SOCIOLOGÍA
	LA LAGUNA	CC. DE LA INFORMACIÓN		PERIODISMO	SEGUNDO	6	OBLIGATORIA	CC. DDE LA INFORMACIÓN
	PONTIFICIA DE SALAMANCA	COMUNICACIÓN		PERIODISMO	CUARTO	9	OBLIGATORIA	
	EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES VALLADOLID	CC. HUMANAS Y DE LA INFORMACIÓN		PERIODISMO	CUARTO	6	OBLIGATORIA	SOCIOLOGÍA
	ABAT OLIVA	CIENCIAS SOCIALES		PUBLICIDAD Y RR PP		3	OPTATIVA	
	POMPEU FABRA	COMUNICACIÓN		PERIODISMO	TERCERO	6	OBLIGATORIA	
	ROVIRA I VIRGIL	FAC. DE LETRAS		PERIODISMO + POLÍTICAS	TERCERO	6	OBLIGATORIA	
				PUBLICIDAD Y RR PP	PRIMERO	4	OBLIGATORIA	
	CAMILO JOSÉ CELA	COMUNICACIÓN		PERIODISMO	PRIMERO	6	FORMACIÓN BÁSICA	
	FRANCISCO DE VITORIA	COMUNICACIÓN		COM. AUDIOVISUAL	PRIMERO	6	FORMACIÓN BÁSICA	
	A DISTANCIA DE MADRID	COMUNICACIÓN		PUBLICIDAD Y RR PP	PRIMERO	6	FORMACIÓN BÁSICA	
	REY JUAN CARLOS	CC. DE LA COMUNICACIÓN		PERIODISMO	TERCERO	9	OBLIGATORIA	
	COMPLUTENSE DE MADRID	CC. DE LA INFORMACIÓN	PERIODISMO PLAN 2002	PERIODISMO	CUARTO	9	OBLIGATORIA	SOCIOLOGÍA VI
	SAN PABLO CEU	HUMANIDADES Y COMUNICACIÓN		PERIODISMO	CUARTO	6	OBLIGATORIA	SOCIOLOGÍA VI
				PUBLICIDAD Y RR PP	CUARTO	6	OBLIGATORIA	
	NAVARRA	COMUNICACIÓN		C. AUDIOVISUAL	CUARTO	6	OBLIGATORIA	
				PERIODISMO	CUARTO	6	OBLIGATORIA	
				FILOSOFÍA + PERIODISMO	QUINTO	6	TRONCAL	COMUNICACIÓN PÚBLICA
				HISTORIA + PERIODISMO	QUINTO	6	TRONCAL	COMUNICACIÓN PÚBLICA
	C. UNIV. VILLANUEVA			FILOLOGÍA HISPÁNICAS+	QUINTO	6	TRONCAL	COMUNICACIÓN PÚBLICA
	SANTIAGO DE COMPOSTELA	CC. POLÍTICAS SOCIALES		PERIODISMO	CUARTO	6	OBLIGATORIA	
	UNIVERSIDAD DE VIGO	CC. SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	PUBLICIDAD Y RR. PÚBLICAS PLAN 2000	CC. POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN	TERCERO	4,5	OPTATIVA	SOCIOLOGÍA
				PUBLICIDAD Y RR. PP	SEGUNDO	6	OBLIGATORIA	
	CATÓLICA DE SAN ANTONIO GRANADA	F. DE CC. SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN		PUBLICIDAD Y RR. PP	CUARTO	6	OPTATIVA	
		CC. POLÍTICAS	SOCIOLOGÍA	PERIODISMO	TERCERO	6	OBLIGATORIA	
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE OPINIÓN PÚBLICA	LA LAGUNA	CC. POLÍTICA Y SOCIALES		SOCIOLOGÍA	TERCERO	6	OPTATIVA	SOCIOLOGÍA
	SALAMANCA	CC. SOCIALES	SOCIOLOGÍA	SOCIOLOGÍA	TERCERO	6	OPTATIVA	SOCIOLOGÍA
	COMPLUTENSE DE MADRID	CC. POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA		SOCIOLOGÍA	CUARTO	4	OPTATIVA	SOCIOLOGÍA
				CC. POLÍTICAS	CUARTO	6	OPTATIVA	SOCIOLOGÍA V
						6	OPTATIVA	SOCIOLOGÍA V

	EMPRESARIALES					
OPINIÓN PÚBLICA						
SOCIOLOGÍA DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y LA COM. DE MASAS	COMPLUTENSE DE MADRID	CC. POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA	SOCIOLOGÍA	CUARTO	5	OPTATIVA
	PÚBLICA DE NAVARRA	CC. HUMANAS Y SOCIALES	SOCIOLOGÍA		6	OPTATIVA
	PÚBLICA DE NAVARRA	CC. HUMANAS Y SOCIALES	SOCIOLOGÍA APLICADA	CUARTO	6	OBLIGATORIA
ANÁLISIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y COMPORTAMIENTO POLÍTICO						
CIENCIA POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA	MURCIA	COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN	PERIODISMO	PRIMERO	6	FORMACIÓN BÁSICA
SOCIOLOGÍA DE LA OP. PÚBLICA INTERNACIONAL Y LA IMAGEN EXTERIOR	COMPLUTENSE DE MADRID	CC. POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA	RELACIONES INTERNA.	CUARTO	6	OPTATIVA
OPINIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL	EUROPEA DE MADRID	CIENCIAS SOCIALES	RELACIONES INTERNA. ECONOMÍA + RELACIONES INTERNACIONALES	TERCERO	6	OBLIGATORIA
			DERECHO + RELACIONES	SEXTO	6	OBLIGATORIA
				QUINTO	6	OBLIGATORIA
OPINIÓN PÚBLICA Y PUBLICIDAD	ALICANTE	CC. JURÍDICAS Y SOCIALES	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS		4,5	OPTATIVA
						COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA SOCIAL

5. CONCLUSIONES

Y, para concluir con nuestro análisis debemos referirnos a los contenidos de los programas de estas asignaturas. La muestra que hemos analizado se compone de diecinueve programas, entre los cuales hay siete¹⁶ de las denominaciones reflejadas en los cuadros anteriores. Como ya hemos explicado, al no estar muchas de las asignaturas activadas, de momento, nos ha sido imposible conseguir el programa docente de éstas. Pero de los programas conseguidos y, por tanto, analizados podemos extraer los siguientes datos referidos al contenido:

1. Que las áreas temáticas son, bastante coincidentes, pudiéndose agrupar en cuatro grandes bloques: a) Todo lo referente al concepto, definición, elementos e historia de la opinión pública; b) la relación con los medios de comunicación de masas (teorías y efectos); c) La Investigación o análisis de la opinión pública (Herramientas, técnicas de investigación); y d) La Comunicación política (sistemas electorales, partidos políticos, ...);

2. De las temáticas mencionadas en el punto 1 hay que comentar que no siempre son expuestas siguiendo los mismos criterios sino que el planteamiento presentado a los alumnos está en función de tres cuestiones que van interconectadas: el departamento del cual depende la asignatura, la formación académica de los profesores que la imparten y la licenciatura o grado dónde se está o se va a impartir. De ahí que en algunas ocasiones la orientación de la materia sea más sociológica, psicológica, comunicacional, publicística, económica, filosófica, jurídica o política.

3. Que al ser áreas coincidentes, también, la bibliografía coincide, casi siempre, en al menos seis referencias: Capellán (*Opinión pública. Historia y presente*), Habermas (*Historia crítica de la opinión pública*), Lippman (*Opinión pública*), Monzón (*Opinión pública, comunicación y política*), Noelle Neumann (*La espiral del silencio*) y Price (*La opinión pública. Esfera pública y comunicación*).

4. Y, esta coincidencia refuerza la idea de que, por muy complejo que sea el concepto, por muy difícil que sea acercarnos a una comprensión exacta de los fenómenos de opinión pública, por muy difícil que sea formular una única definición, lo cierto es que todos los implicados e interesados por la investigación y la docencia de la

¹⁶ Sociología de la comunicación y opinión pública; Opinión Pública; Comunicación y opinión pública; Opinión pública y comportamiento económico; Investigación de la opinión pública; Sociología de la opinión pública y comunicación de masas; y Ciencia política y opinión pública.

opinión pública parten de un nexo común que se recoge en las referencias bibliográficas utilizadas en los programas analizados y coincidentes (punto 3) y que se concreta en las cuatro áreas temáticas mencionadas (punto 1). Por tanto, independientemente de la perspectiva de la cual se parta para enfocar la asignatura, al final hay una misma percepción de la opinión pública.

Pero, además de lo expuesto, nos parece interesante dejar constancia de algunas reflexiones a modo de conclusiones generales ya que pueden permitir al lector plantearse algunas cuestiones aún por resolver con respecto a la opinión pública:

a) En el recorrido que hemos realizado hemos detectado dos cuestiones que son fundamentales para entender el desarrollo de esta disciplina. La primera tiene que ver con la influencia que la corriente norteamericana tuvo en la década de los años cuarenta y cincuenta pues es lo que nos permite entender la fuerte supeditación de la opinión pública a las técnicas de cuantificación. Se detecta la medición lo que conlleva la identificación entre opinión pública y encuestas de opinión y que nosotros hemos detectado en la implantación de esta disciplina en el ámbito de la sociología, sociometría, demoscopia y en la creación de numerosas instituciones para el estudio de la opinión pública en España;

b) La segunda se percibe claramente cuando nos centramos en la docencia de la opinión pública. Respecto de esta cuestión y, después, del barrido de Universidades, Facultades, Departamentos que hemos realizado, podemos decir que a partir de los años setenta esta disciplina está vinculada, claramente, a los medios de comunicación con lo que la opinión pública es considerada como lo que dicen los medios de comunicación. Y, esta institucionalización puede convertirse en algo peligroso, pues significa control desde el poder;

c) Y, para terminar podríamos dejar un interrogante sobre lo hecho en España. La profundización en una realidad social, la búsqueda de los fundamentos de la Opinión Pública: valores democráticos, el poder del pueblo, derechos y libertades. No vale solo con la idea de medición o con el control que puedan hacer los medios de la Opinión Pública. La Opinión Pública es mucho más, no olvidemos que la opinión pública es un concepto ilustrado.

BIBLIOGRAFÍA

ALCOBENDAS TIRADO, P. (2006), *Historia del Instituto de la Opinión Pública*, Madrid, CIS.

ARROYO, M. y ROEL, M. (2006), *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005)*, Madrid, Fragua.

CAMPO, S. del (coord.) (2000), *La Institucionalización de la Sociología (1870-1914)*, Madrid, CIS.

CAVERO, C. (1991), *El PSOE contra la prensa. Historia de un divorcio*, Madrid, Temas de Hoy, Colección “España Hoy”.

GABÁS, R. (2001), “Quién opina en opinión pública”, en *Revista Anàlisi*, nº 26, Barcelona.

GÓMEZ ARBOLEYA, E. (1958), “Sociología en España”, en *Revista de Estudios políticos*, nº 98, Madrid.

NÚÑEZ ENCABO, M. (2000), “Sales y Ferré y la primera institucionalización de la opinión pública en España”, en CAMPO, S. del (Coord.), *La Institucionalización de la Sociología (1870-1914)*, Madrid, CIS.

ROSPIR, J.I. (2010), *Opinión Pública. La tradición americana 1908-1965*, Madrid, Biblioteca Nueva.

ROSPIR, J.I. (1990), “La opinión pública en España” en VVAA, *Opinión Pública y Comunicación Política*, Madrid, Eudema Universidad.

TORRES ALBERO, C. (Ed.) (2003), *IOP/CIS. Entrevistas a sus Directores y Presidentes*, Madrid, CIS.

VINUESA TEJERO, M.L. (2008), “La Institucionalización de la Opinión Pública en España”, en CAPELLÁN, G. (Ed.) (2008), *Opinión Pública. Historia y presente*, Madrid, Trotta.

VINUESA TEJERO, M.L. (2008), “La opinión pública medida y mediatizada. La comunicación social en la España democrática”, en *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 14, Madrid, Universidad Complutense.

NOTA BIOGRÁFICA DE LOS AUTORES

Alejandro Almazán Llorente es profesor de sociología en el Departamento de Teoría, Metodología y Cambio Social de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED. Imparte docencia en las asignaturas de Estadística aplicada a las Ciencias Sociales, de Técnicas de Investigación Social y Análisis Multivariante. Ha escrito su tesis y diversos artículos sobre la metodología de la opinión pública.

Raúl Gabás Pallás es catedrático emérito de Filosofía de la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha escrito, además muchos artículos y diversos capítulos de libro, las obras: *Habermas: dominio técnico y comunidad lingüística* (1980); *Estética. El arte como fundamento de la sociedad* (1984); *Curso básico de filosofía estética* (2008); *La moralidad pública* (2009); *Historia de la filosofía* (2011); *Schelling. Estudio introductorio* (2012). Y es autor de traducciones de autores como Hegel, Heidegger, Hannah Arendt, Volpi, Brugger, Safranski y muchos otros. En relación con la opinión pública, son suyas las traducciones de Bauer y Holzendorf. El gremio de escritos de Barcelona le concedió el premio de traducción del año 2011.

César García es Associate Professor y Chair del Departamento de Comunicación en Central Washington University. Se doctoró en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad, imparte cursos sobre comunicación y relaciones públicas. Ha publicado numerosos artículos sobre comunicación, relaciones públicas y opinión pública en revistas de investigación internacionales como *Public Relations Review*, *Public Relations Journal*, *International Journal of Strategic Communication*, *PRism*, *Global Media Journal*, *Journal of Sport and Media*, *International Journal of Sport Communication*, *Journal of Communication and Religion* y *Journal of American Culture*, entre otras. Ha escrito tres libros: *American Psique* (2011); *Historia de un estereotipo. Intelectuales españoles en Estados Unidos (1885-1936)* y *La opinión pública en Santayana* (2006), así como traducido y prologado la primera traducción al español del libro de Walter Lippmann *The Phantom Public* con el título *El público fantasma*.

Aurora Garrido Martín es Profesora Titular de Historia Contemporánea en la Universidad de Cantabria. Es investigadora principal del proyecto de Plan Nacional de I+D+i “Los ‘momentos’ históricos de la opinión pública: de la Revolución Francesa a la actualidad” y autora de diversos trabajos sobre la historia de la opinión pública en España, de la segunda mitad del siglo XIX al primer tercio del siglo XX.

Beatriz Mañas Ramírez es socióloga y profesora en el Departamento de Sociología I (Teoría, Metodología y Cambio Social) de la UNED. Su actividad se centra en el estudio de la metodología y las técnicas de investigación de la opinión pública, para lo cual ha realizado diversas estancias en centros extranjeros, la más reciente (2013) en la Maison des Sciences de l’Homme Ange-Guépin de Nantes (Francia). Es autora de varios artículos y ha obtenido (2013) el Premio Extraordinario de Doctorado en la UNED por la tesis titulada “El discurso social sobre las encuestas. Un análisis comparativo de dos modelos para la investigación sociológica de la opinión pública”.

Cándido Monzón Arribas - licenciado en Psicología (1972) y Ciencias Sociales (1973) y Doctor en Psicología Social (1979) - es profesor de Opinión Pública y Comunicación Política en la Universidad Complutense de Madrid. Sus líneas de investigación se orientan, principalmente, hacia la opinión pública e imagen pública, psicología social, demoscopia, cultura política y comunicación política y, entre sus publicaciones, se pueden destacar los libros: *Opinión pública. Teorías, concepto y métodos* (1987,1990), *Opinión pública, Comunicación y Política* (1996, 2006), *Conductas y Medios de Comunicación Social* (1997) y *Encuestas y Elecciones* (2005). En la actualidad presta una atención especial al factor humano, la cuestión social y al análisis de la psicopatología de la vida cotidiana.

Víctor Rodríguez Infiesta es doctor y profesor del Área de Historia Contemporánea de la Universidad de Oviedo. Su investigación se ha centrado en distintas facetas de la historia de la prensa y en la historia sociocultural y política. Es autor o coordinador de varios libros, entre ellos *Socialización política y prensa de masas. El proceso de la opinión pública en Asturias* (2007), de numerosos capítulos de libro y de artículos científicos en revistas de historia o comunicación social como *Hispania*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Zer Revista de Estudios de Comunicación*, *Mélanges de la Casa de Velázquez* y otras.

Juan Ignacio Rospir Zavala es Profesor Titular de Opinión Pública desde 1986 en el Departamento de Sociología VI (Opinión Pública y Cultura de Masas) de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y del Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política desde su creación en 2011. Entre sus publicaciones más recientes sobresale *Opinión Pública. La tradición americana 1908-1965* (Biblioteca Nueva, 2010).

María Lourdes Vinuesa Tejero es Profesora Contratada Doctora en el Departamento de Sociología VI, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y delegada de la Decana para la Oficina de Movilidad Interuniversitaria. Ha escrito capítulos de libros como: “Las campañas electorales y sus efectos sobre el voto en la Comunidad de Madrid. Las elecciones autonómicas de 2011 (ed. Fragua); “Teorías generales y críticas sobre los medios”; “Estudios generales sobre los efectos de los medios de comunicación” (Ed. Trotta, 2009); “La institucionalización de la opinión pública en España” (Ed. Trotta, 2008). Y artículos como:” De la representación residual de las mujeres en el parlamento portugués al debate parlamentario de la Ley de Paridad (2001): representación mediática de las diputadas en el debate parlamentario” (*CIC*, 2013); “Mujeres y política: un binomio con baja representación” (*Ámbitos*, 2011 “La opinión pública mediada y mediatizada ”(*EMP*, 2008). Asimismo, participa como investigadora en varios proyectos de I+ D+ i desde 2006 hasta la actualidad.