

Elisabeth Noelle-Neumann

La espiral del silencio

Opinión pública: nuestra piel social

Traducción de Javier Ruíz Calderón

Versión limitada: Se han eliminado tablas, gráficos y Bibliografía, manteniendo sólo los textos necesarios para comprender la idea central.

Introducción a la segunda edición americana

La nueva edición de este libro conserva, con pequeñas modificaciones, la mayor parte de los contenidos de la edición de 1984. Se han añadido tres nuevos capítulos para resumir las investigaciones actuales, los nuevos descubrimientos y los progresos realizados desde 1984.

Desde comienzos de los años ochenta sabemos que la historia del concepto «opinión pública» es mucho más larga de lo que se creía inicialmente. Se ha descubierto que se remonta a casi dos mil años atrás. En una carta enviada a Ático en el año 50 a.C., Cicerón se disculpa por un error que ha cometido señalando que se había dejado llevar por la opinión pública, *publicam opinionem*. En textos chinos del siglo IV d.C. se han encontrado juntos los ideogramas que representaban los conceptos «opinión» y «público».

La eficacia de la opinión pública como fuerza poderosa capaz de resolver conflictos, derribar gobiernos y oprimir a los individuos que se le resisten hasta que el «miembro muerto se desprende del cuerpo social» se ha descubierto cada vez en más lugares nuevos: en los relatos de la Biblia y en Homero, en las leyes no escritas de la Antigüedad, en los cuentos de hadas y en la actualidad. En los últimos años la historia nos ha dado una gran lección sobre la opinión pública con la caída del marxismo en Europa Oriental. Aristóteles sostenía que un rey que pierde el apoyo de su pueblo deja de ser rey. Deja de ser rey, de ser dictador, de ser gobernante. La destitución de los gobernantes de Europa Oriental nos recuerda estas palabras de Goethe: «Y puedes decir que tú fuiste testigo de ello».

Si entendemos la fuerza de la opinión pública, no nos engañaremos pensando que podemos ser «buenos» ciudadanos con completa independencia de la presión de la opinión pública. Y seremos más prudentes al juzgar a otros que, en determinados momentos y determinadas circunstancias, tienen que ceder ante la opinión pública.

Allensbach, Alemania, agosto de 1992
E. N. N.

Introducción a la primera edición americana

Era un ballet de Gian Carlo Menotti. Lo representaron un domingo en la Residencia Internacional del campus de la Universidad de Chicago. Cris Miller, una estudiante de doctorado de literatura inglesa de la universidad, me había hablado sobre él en la conversación que manteníamos diariamente para mejorar mi inglés. Además de haber dirigido el ballet con una amiga, había aceptado cantar en el coro y bailar. Por supuesto, asistí a la representación.

Esto sucedió en la primavera de 1980, la segunda vez que estuve impartiendo clases en la Universidad de Chicago como profesora visitante de Ciencias Políticas. ¿Por qué me acuerdo ahora de este ballet? Lo último que esperaba cuando acudí a la representación era que fuese a recibir una lección sobre la opinión pública; pero esto fue exactamente lo que ocurrió. Y también algo más. El crítico que comentó la representación en el *Chicago Maroon*, el periódico de los estudiantes, escribió que sus ojos se llenaron de lágrimas. Tengo que reconocer que a mí me pasó lo mismo. Pero me gustaría contar el argumento del ballet para mostrar lo que quiero decir.

En algún lugar, probablemente en Italia, hay una ciudad pequeña con honrados habitantes y un conde y una condesa de un linaje local. Fuera de la ciudad, en un castillo sobre una colina, vive un hombre extraño con ideas sumamente raras. Nunca deja de sorprender a la gente. Quizá sería más exacto decir que en parte los sorprende y en parte los molesta, por lo que prefieren mantenerse siempre a distancia de él.

Un domingo, ese hombre aparece en la ciudad llevando un unicornio con una cadena. La gente no sabe cómo reaccionar. Poco después, sin embargo, se ve también al conde y a la condesa paseando por la ciudad con un unicornio atado con una cadena. Esto hace que todos en la ciudad se compren un unicornio.

Al domingo siguiente, el extraño hombre del castillo aparece repentinamente con una gorgona. La gente le pregunta qué ha pasado con el unicornio. El hombre les dice que se ha cansado del unicornio y ha decidido salpimentarlo y asarlo a la parrilla. Todos quedan conmocionados. Pero cuando el conde y la condesa aparecen también con una gorgona, el asombro se transforma en envidia, y las gorgonas se ponen inmediatamente de moda.

Al tercer domingo, el hombre del castillo se presenta con una mantícora y dice a la gente que ha matado a la gorgona. Al principio los vecinos se escandalizan; pero después todo sigue el curso habitual: el conde y la condesa se libran en secreto de su gorgona, la

gente sigue su ejemplo y se impone de inmediato la moda de las mantícoras.

Pasa el tiempo. No vuelve a verse al extraño hombre del castillo. La gente está segura de que también ha sacrificado a la mantícora. Se forma una comisión de ciudadanos para acabar con estos crímenes, y marchan hacia el castillo. Entran en él, pero lo que encuentran los detiene en seco: el extraño hombre está muriéndose en compañía de sus tres animales, el unicornio, la gorgona y la mantícora. El unicornio simboliza sus sueños de juventud, la gorgona, su madurez, y la mantícora, su vejez.

Los habitantes de la ciudad abandonan sus ideas tan rápidamente como las habían adoptado: eran sólo caprichos pasajeros. Para el extraño hombre del castillo, por el contrario, representaban la esencia de su vida. Gian Carlo Menotti titula su ballet: El unicornio, la gorgona y la mantícora o Los tres domingos de un poeta. Me gustaría explicar por qué creo que también podría haberse titulado «La opinión pública».

Todos nos identificamos con el poeta. Hasta el crítico del Chicago Maroon lloró. El poeta representa nuestra imagen del hombre como un ser fuerte, independiente e imaginativo. Y todos conocemos al conde y a la condesa, superficiales «instituidores de tendencias», sin ideas propias, pero con voluntad de ser líderes allí donde se encuentren. Pero a los que más despreciamos es a los que armonizan con la muchedumbre, burlándose al principio de alguien por ser diferente de ellos, aceptando después todas las nuevas modas, y erigiéndose finalmente en la autoridad moral.

Éste es uno de los puntos de vista, y es como siempre se han sentido los extraños hombres de los castillos, los solitarios, los artistas y los intelectuales.

Ahora quisiera ponerme de parte del conde, la condesa y la gente del pueblo. Yo afirmo que al apoyar al poeta negamos nuestra naturaleza social. Ni siquiera pensamos en el esfuerzo que realizan las personas que viven en una unidad social para mantener unida la comunidad. Actuamos como si la posesión de una rica tradición histórica y cultural y de unas instituciones protegidas por la ley no exigiera un constante esfuerzo de adaptación e incluso de «conformidad» para mantener viva esa posesión y seguir siendo capaces de actuar y de tomar decisiones al nivel de la comunidad.

Muchos síntomas apuntan a que no queremos reconocer nuestra naturaleza social, que nos obliga a amoldarnos.

John Locke habla sobre la ley de la opinión, la ley de la reputación, la ley de la moda, que se observa más que cualquier ley divina o del Estado. Esto se debe a que cualquier violación de la ley de la moda

hace sufrir inmediatamente al individuo al perder la simpatía y la estima de su entorno social. Pero parece que ha habido poco interés por investigar las razones por las que esa conducta es esencial para la supervivencia de las comunidades sociales. Por el contrario, todo lo relacionado con la moda adquiere una connotación peyorativa: estar de moda, las locuras de la moda, un capricho de la moda. Llevar un unicornio, una gorgona y una mantícora de una cadena sólo es una manera de seguir la moda.

Obramos como si no fuéramos conscientes de nuestra naturaleza social. Aunque el tema de la imitación ha sido tratado por los estudiosos desde que el sociólogo francés Gabriel Tarde escribió sobre él, la conducta imitativa se ha explicado casi exclusivamente como resultado de la motivación de aprendizaje: la transmisión de experiencia como modo de encontrar más eficazmente la solución correcta para uno mismo. Es cierto que este motivo suscita con frecuencia conductas imitativas, pero el motivo de querer evitar el aislamiento, la marginación, parece mucho más fuerte. Tocqueville escribió que la gente «teme el aislamiento más que el error», cuando quiso explicar por qué nadie en Francia defendía ya a la Iglesia a finales del siglo XVIII. La descripción tocquevilliana de la «espiral del silencio» era tan precisa como la de un botánico. Hoy se puede demostrar que, aunque la gente vea claramente que algo no es correcto, se mantendrá callada si la opinión pública (opiniones y conductas que pueden mostrarse en público sin temor al aislamiento) y, por ello, el consenso sobre lo que constituye el buen gusto y la opinión moralmente correcta, se manifiesta en contra.

Estoy a favor del conde y de la condesa porque las ideas del poeta nunca se habrían propagado sin ellos. Ellos son los moderadores, los líderes de opinión que la sociedad necesita, como lo son actualmente en gran medida los periodistas. Y la gente de la ciudad, la gente que sigue a la multitud, ¿qué sabemos de sus sentimientos, de sus sueños? ¿Qué sabemos de lo que sucede en su interior? En público no quieren quedarse aislados. Según John Locke, ni siquiera una persona de cada diez mil es lo suficientemente insensible como para no importarle que el medio social le niegue su aprobación. ¿Cómo se puede continuar paseando con un unicornio por la calle cuando ya nadie lo hace? Intentemos imaginarnos una sociedad que constase exclusivamente de solitarios, de extraños hombres del castillo. Una sociedad así, carente de naturaleza social o miedo al aislamiento, es evidentemente imposible. Quizá no simpatizamos con la naturaleza social del hombre, pero tenemos que intentar comprenderlo para no ser injustos con la gente que se mueve con la multitud.

Éste es más o menos el modo en que intenté interpretar el ballet ante mis estudiantes al día siguiente.

Casi no puedo decir cuántas ideas, intuiciones y oportunidades de discusión debo a mis estancias en Chicago, a las conversaciones con los colegas, los estudiantes y los amigos. El caso del ballet puede servir también para ilustrar este punto. Cuando mis alumnos se mostraban en desacuerdo, sus comentarios también eran instructivos. Pensaban, por ejemplo, que yo no tenía suficientemente en cuenta la relación entre la opinión pública y la opinión privada, entre lo que el individuo dice en público y lo que dice o piensa en privado. Puede haber diferencias culturales: diversas culturas pueden afrontar de distintas formas los conflictos entre la opinión pública dominante y las convicciones privadas. En ciertas culturas a la gente le puede ir mejor fingiendo, hablando con falsedad. Si esto es así, la relación entre la opinión pública y la privada constituye un serio problema para la investigación demoscópica, específicamente, un problema metodológico. Sospecho que en Alemania hay una fuerte tendencia a que el individuo intente concordar lo exterior y lo interior, la opinión expresada públicamente y la opinión privada. Esto requiere con frecuencia una gran dosis de autopersuasión porque no estamos acostumbrados a ajustar nuestras actitudes privadas y públicas a un nivel meramente superficial.

Probablemente también haya diferencias culturales en la disposición a aceptar sin desprecio la naturaleza social del hombre. Los japoneses, por ejemplo, no piensan que pagar el tributo debido a las opiniones del entorno social sea señal de debilidad, mientras que la mayoría de los alemanes, según las encuestas realizadas en Allensbach, llevan mucho tiempo diciendo: «No me importa lo que digan los otros». Pero, en conjunto, las semejanzas del papel desempeñado por la opinión pública en las distintas épocas y los distintos lugares parecen superar con mucho las diferencias.

Cris Miller, que dirigió, cantó y bailó en el ballet de Gian Carlo Menotti y ahora es profesora ayudante de literatura inglesa en el Pomona College de Claremont (California), corrigió la traducción completa del libro al inglés. Mi colega Gordon Whiting, profesor de Ciencias de la Comunicación en la Brigham Young University de Utah, preparó un borrador preliminar de la traducción mientras era profesor visitante en el Institut für Publizistik de la Universidad de Maguncia (Alemania Occidental), con la ayuda de los tres miembros del departamento de inglés del Instituto de Demoscopia Allensbach: Wolfgang Koschnick -el director del departamento-, Mary Siwinski y Maria Marzahl. Mihaly Csikszentmihalyi, profesor de Ciencias de la Conducta en la Universidad de Chicago, que domina tanto el alemán como el inglés,

revisó y corrigió cuidadosamente una vez más el manuscrito. Y finalmente, él y yo corregimos juntos la versión final. No sé cómo agradecer a estos amigos y colegas, que están tan ocupados con su propio trabajo de investigación, todo lo que hicieron para asegurar el éxito de la traducción.

Chicago, primavera de 1983

E.N.N.

1. La hipótesis del silencio

En la víspera de las elecciones de 1965, el segundo canal de la televisión alemana (ZDF) realizó por primera vez una fiesta electoral, que tuvo lugar en la Beethoven Halle de Bonn. Hubo una revista, una cena, varias orquestas de baile, invitados sentados en largas mesas de banquete... La sala estaba llena. A la derecha, de frente, justo debajo del escenario, habían instalado una pequeña tarima con una pizarra. Allí, un notario tenía que abrir dos cartas recibidas dos días antes, una del Instituto Allensbach y otra de EMNID, dos organizaciones de investigación mediante encuestas. Después se invitaba a los directores de ambas organizaciones a exponer sus predicciones sobre el resultado de las elecciones en la cuadrícula dibujada al efecto en la pizarra. Sobre un fondo de bulla, ruido de sillas moviéndose, y sonidos de comida y bebida, escribí en la pizarra: «Unión Cristianodemócrata-Unión Cristianosocial, 49,5 %; Partido Socialdemócrata, 38,5 %...». En ese momento entre los cientos de personas que había detrás de mí estalló un griterío que se convirtió en un rugido atronador. Ensondecida, acabé de escribir las predicciones: «Partido Demócrata Libre, 8,0 %; otros partidos, 4,0 %»¹. La sala hirvió sintiéndose engañada, y Gerd Bucerius, editor del semanario Die Zeit, me gritó: «¡Elisabeth!, ¿cómo quiere que la defienda ahora?». ¿Mi Instituto Allensbach llevaba meses engañando deliberadamente a la gente, diciéndoles que las elecciones estaban muy igualadas? Dos días antes, Die Zeit había publicado una entrevista conmigo con el siguiente encabezamiento: «No me sorprendería en absoluto que ganaran los socialdemócratas» (Leonhardt 1965). Más tarde, esa misma noche, cuando los resultados oficiales de las elecciones se acercaban a las predicciones de Allensbach, un político cristianodemócrata hizo entender a los televidentes, entre risitas, que él, por supuesto, había comprendido desde el principio la situación, pero había sido lo suficientemente hábil como para no divulgarla: «Todo es legítimo en el amor y en la guerra». La cita de Die Zeit era exacta. Yo había dicho eso. Pero la entrevista llevaba más de dos semanas archivada en la redacción del periódico. A comienzos de septiembre la carrera electoral parecía mostrar un empate. Lo que vieron los reunidos en la Beethoven Halle era lo que nosotros

¹ La Unión Cristianodemócrata (CDU) es el más conservador de los principales partidos alemanes. La Unión Cristianosocial (CSU) es la organización hermana del CDU en Bavaria. El Partido Socialdemócrata (SPD) constituye la izquierda del espectro político alemán. El Partido Demócrata Libre (los Liberales) (FDP) ocupa una posición intermedia entre los dos partidos principales.

habíamos visto aparecer con sorpresa en nuestras mesas en Allensbach tres días antes de las elecciones, pero no habíamos podido publicar, ya que habría parecido un intento de influir en el resultado de las elecciones provocando un «efecto del carro ganador» (bandwagon effect) en beneficio de los cristianodemócratas. Lo que había sucedido había sido descubierto y comentado siglos antes, pero sin entenderlo: el poder de la opinión pública. Bajo su presión, cientos de miles -no, más bien millones- de votantes habían participado en lo que después se llamaría un «vuelco en el último minuto». A última hora se habían unido a la muchedumbre, hinchando las filas de los cristianodemócratas desde una situación de igualdad con el otro gran partido, lo que los resultados finales del escrutinio reflejaron como una ventaja de más de un 8 %g (véase fig. 1)².

El conocimiento va muy por detrás de las mediciones

Aunque en 1965 no nos dábamos cuenta, entonces ya teníamos en nuestras manos la clave de este dramático cambio en la intención de voto del electorado. En un artículo sobre la opinión pública que apareció en 1968 en la *International Encyclopedia of the Social Sciences*, W Phillips Davison, profesor de Ciencias de la Comunicación y Periodismo en la Universidad de Columbia (Nueva York), escribió: «El conocimiento de la estructura interna de las opiniones públicas, no obstante, sigue siendo limitado y va muy por detrás de las mediciones» (Davison 1968, 192). Ésa era exactamente nuestra situación en 1965. Habíamos medido mucho más de lo que entendíamos. Así, mientras que desde diciembre de 1964 hasta casi el día de las elecciones, en septiembre de 1965, los dos partidos principales estaban prácticamente empatados en intención de voto -y estas cifras se publicaron regularmente en la revista *Stern*-, otro conjunto de datos señalaba un movimiento continuo y completamente independiente. La pregunta era ésta: «Nadie puede saberlo, por supuesto, pero sepamos cuál es su opinión: ¿quién va a ganar las elecciones?». En diciembre, el número de los que esperaban una victoria de los cristianodemócratas y el de los que esperaban una victoria de los socialdemócratas era casi idéntico, aunque los socialdemócratas llevaban una pequeña ventaja. Después, las estimaciones empezaron a cambiar de dirección, y la expectativa de una victoria cristianodemócrata ascendió inexorablemente, mientras descendía la de una victoria socialdemócrata. En julio de 1965, los cristianodemócratas iban muy por delante, y en agosto, la expectativa

² En las figs. 1-5, 11-17 y 22, CDU-CSU significa Unión Cristianodemócrata; SPD, Partido Socialdemócrata; y FPD, Partido Demócrata Libre (los Liberales).

de su victoria alcanzaba casi el 50%. Era como si las mediciones de intención de voto del electorado y del partido que creían que iba a vencer se hubieran realizado en planetas diferentes. Y entonces, justo al final, la gente se subió al carro ganador. Como atrapados por una corriente, el 3-4 % de los votantes se vieron arrastrados hacia el partido que, según la expectativa general, iba a vencer.

Toda investigación empieza con un enigma

Nos quedamos confusos: ¿cómo podían cambiar tan radicalmente las expectativas sobre el partido ganador, mientras las intenciones de voto de los electores permanecían constantes? Hasta 1972, en que se convocaron con poca antelación unas elecciones federales y sólo hubo un período de campaña de escasas semanas -unas elecciones no especialmente adecuadas para nuestros objetivos-, no pusimos en marcha nuestra maquinaria de investigación demoscópica con un cuestionario especialmente diseñado para recoger la clase de observaciones que necesitábamos. Ya habíamos formulado la hipótesis de la que íbamos a partir y la habíamos presentado en el Congreso Internacional de Psicología que había tenido lugar en Tokio en el verano de 1972 (Noelle-Neumann 1973).

La campaña electoral de 1972 se desarrolló exactamente igual que la de 1965. Los dos partidos principales estaban a la par cuando se planteaba la pregunta sobre la intención de voto; entretanto, la expectativa de victoria atribuida al Partido Socialdemócrata iba creciendo semana a semana como una realidad separada, independiente, con un solo retroceso. Después, justo al final, volvió a producirse un «vuelco en el último minuto»: la gente saltó al carro del vencedor esperado, en esta ocasión el Partido Socialdemócrata (véase fig. 2).

El clima de opinión depende de quién hable y quién permanezca en silencio

La hipótesis me la sugirió la agitación estudiantil de finales de los sesenta y comienzos de los setenta. Probablemente se la deba a una estudiante en particular. Un día la encontré en el vestíbulo de la sala de conferencias, y me di cuenta de que llevaba un pin cristianodemócrata en la chaqueta.

«No sabía que fuese partidaria de los cristianodemócratas», le dije. «No lo soy», respondió, «sólo llevo este pin para ver lo que pasa.»

Volví a verla al mediodía. Ya no llevaba el pin, y le pregunté por el cambio. «Ha sido horrible», dijo. «Me lo quité.»

En el contexto de la conmoción que caracterizó esos primeros años de la nueva *Ostpolitik* esto era comprensible. Quizá los seguidores de los

cristianodemócratas y de los socialdemócratas estuvieran igualados en número, pero no contaban con la misma energía, entusiasmo ni ganas de expresar y exhibir sus convicciones. Sólo aparecían en público pins y símbolos socialdemócratas, así que no es raro que la fuerza relativa de los dos partidos se evaluase incorrectamente. En ese momento se desarrolló una dinámica peculiar. Los que estaban convencidos de que la nueva *Ostpolitik* era adecuada, pensaban que sus ideas acabarían siendo aceptadas por todos. Así, estas personas se expresaban abiertamente y defendían confiadamente sus puntos de vista. Los que rechazaban la *Ostpolitik* se sentían marginados. Se retiraron y se callaron.

Esta misma inhibición hizo que la opinión que recibía apoyo explícito pareciera más fuerte de lo que era realmente, y la otra opinión más débil. Las observaciones realizadas en unos contextos se extendieron a otros e incitaron a la gente a proclamar sus opiniones o a «tragárselas» y mantenerse en silencio hasta que, en un proceso en espiral, un punto de vista llegó a dominar la escena pública y el otro desapareció de la conciencia pública al enmudecer sus partidarios. Éste es el proceso que podemos calificar como de «espiral del silencio».

Al principio, todo esto sólo era una hipótesis. Servía para explicar lo que había sucedido en 1965. En el verano de ese año electoral, el apoyo al gobierno culminó cuando la atención pública se centró en las actividades conjuntas del canciller Ludwig Erhard y la reina de Inglaterra. El popular Erhard se preparaba para su primera campaña parlamentaria como canciller, y la reina recorría Alemania con aquel tiempo estival maravilloso, encontrándose con, y siendo saludada por Erhard una y otra vez. Las noticias de la televisión llevaban a todas partes las imágenes de sus encuentros. Aunque las preferencias de los votantes estaban igualadas entre socialdemócratas y cristianodemócratas, era agradable manifestar adhesión a la Unión Cristianodemócrata, el partido en el poder, y esto podía hacerse fácil y abiertamente. El rápido ascenso de la expectativa de victoria cristianodemócrata en las elecciones parlamentarias reflejaba este clima de opinión (véase fig. 1).

Los que se unieron en el último minuto

Este clima no arrastró las *intenciones* de voto ni en 1965 ni en 1972. De hecho, en las dos ocasiones ocurrió justo lo contrario. De principio a fin, las intenciones permanecieron casi inalteradas por lo que estaba abriendo el camino al cambio que se produciría en vísperas de las elecciones: el clima de opinión. Esto puede interpretarse como una buena señal: las intenciones de voto no giran como veletas en una

tormenta, sino que poseen una considerable estabilidad. Paul FF Lazarsfeld, el psicólogo social y estudioso de las elecciones austroamericano, se refirió una vez a una jerarquía de estabilidad, y situó las intenciones de voto en el nivel más elevado como especialmente constantes y sujetas sólo a cambios lentos en respuesta a nuevas experiencias, observaciones, informaciones y opiniones (Lazarsfeld *et al.* 1948, xxxvi-xxxvii). Al final, sin embargo, el clima de opinión hizo sentir su efecto. En las dos ocasiones presenciamos un «vuelco en el último minuto» en la dirección de la presión del clima que provocó un desplazamiento relevante: 3-4 % de los votos. Lazarsfeld (1968, 107-109) ya había observado este «efecto del carro ganador» en las elecciones presidenciales estadounidenses de 1940. El efecto del carro ganador solía explicarse aludiendo a la voluntad general de formar parte del bando vencedor. ¿Siempre del bando vencedor? La mayor parte de la gente probablemente no sea tan pretenciosa. A diferencia de la elite, la mayor parte de la gente no espera obtener un cargo o poder con la victoria. Se trata de algo más modesto: el deseo de evitar el aislamiento, un deseo aparentemente compartido por todos nosotros. Nadie quiere estar tan aislado como la estudiante universitaria que llevó un pin cristianodemócrata durante toda una mañana; tan aislado que los vecinos miren en otra dirección cuando se crucen con uno en las escaleras, o los compañeros del trabajo se alejen, dejando un asiento vacío al lado de uno. Sólo estamos empezando a observar los cientos de señales que permiten saber a una persona que no le rodea un cálido halo de simpatía sino un cerco de exclusión.

Preguntando a las mismas personas antes y después de las elecciones de 1972 descubrimos que los que se sienten relativamente aislados de los demás -en nuestros estudios los identificamos por el comentario «conozco muy poca gente»- son los que con mayor probabilidad participan en un «vuelco en el último minuto». También es probable que los que tengan menos confianza en sí mismos y menos interés por la política cambien su voto en el último minuto. Su baja autoestima hace que pocas de estas personas piensen alguna vez estar entre los vencedores o tocar la trompeta subidos al carro ganador. Parece que «ir en el pelotón» describe mejor lo que quieren lograr los que «se unen». Pero esta situación se aplica, más o menos, a toda la humanidad. Cuando alguien piensa que los demás le están dando la espalda, sufre tanto que se le puede guiar o manipular tan fácilmente por medio de su propia sensibilidad, como si ésta fuera una brida.

Parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio. Correr en pelotón constituye un estado de

relativa felicidad; pero si no es posible, porque no se quiere compartir públicamente una convicción aceptada aparentemente de modo universal, al menos se puede permanecer en silencio como segunda mejor opción, para seguir siendo tolerado por los demás. Thomas Hobbes (1969, véase especialmente la pág. 69) escribió sobre el significado del silencio en su libro *The Elements of Law*, publicado en 1650. El silencio, decía, puede interpretarse como señal de conformidad, ya que es fácil decir no cuando no se está de acuerdo. Hobbes está sin duda equivocado cuando afirma que es fácil decir no, pero tiene razón al suponer que el silencio puede interpretarse como conformidad. Eso es lo que lo hace tan tentador.

Sacando el fenómeno a la luz del día

Hay dos maneras posibles de comprobar la realidad, la validez, de un proceso como el descrito en la hipótesis de la espiral del silencio. Si algo así existe realmente, si éste es verdaderamente el proceso mediante el cual las ideologías y los movimientos sociales se imponen o desaparecen, muchos autores de siglos anteriores tienen que haberlo percibido y comentado. Es muy improbable que esta clase de fenómenos se haya sustraído a la atención de hombres sensibles y reflexivos que, como filósofos, estudiosos del derecho e historiadores, han escrito sobre los seres humanos y su mundo. Cuando empecé a buscar entre los escritos de los grandes autores del pasado, me alentó encontrar una descripción precisa de la dinámica de la espiral del silencio en la historia de la Revolución Francesa de Alexis de Tocqueville, publicada en 1856. Tocqueville describe la decadencia de la Iglesia en Francia a mediados del siglo XVIII y el modo en que el desdén por la religión se convirtió en una pasión general e imperante entre los franceses. El silencio de la Iglesia francesa, nos cuenta, fue un factor de primera importancia: «Los que seguían creyendo en las doctrinas de la Iglesia tenían miedo de quedarse solos con su fidelidad y, temiendo más la soledad que el error, declaraban compartir las opiniones de la mayoría. De modo que lo que era sólo la opinión de una parte... de la nación llegó a ser considerado como la voluntad de todos y a parecer, por ello, irresistible, incluso a los que habían contribuido a darle esta falsa apariencia»³.

Siguiendo mi recorrido hacia el pasado, encontré observaciones y opiniones impresionantes esparcidas por todas partes. Entre ellas había comentarios de Jean-Jacques Rousseau y David Hume, John Locke, Martín Lutero, Maquiavelo, John Hus e incluso de los escritores de la Antigüedad. El asunto nunca aparecía como tema principal, sino

³ Tocqueville 1952, 207. Traducción al inglés adaptada por la autora

más bien bajo la forma de comentarios marginales. Era como seguir el rastro de un fugitivo, pero poco a poco se fue confirmando la realidad de la espiral del silencio.

Un segundo modo de comprobar la legitimidad de una hipótesis es investigarla empíricamente. Si existiera un fenómeno como la espiral del silencio, debería poder medirse. Al menos debería ser así en la actualidad. Después de más de cincuenta años probando instrumentos para su uso en encuestas representativas, un fenómeno psicosocial de esta clase no debería ya poder escapar a la observación. El capítulo siguiente describe los tipos de instrumentos que desarrollamos para sacar la espiral del silencio a la fría luz del día.

2. Comprobación con instrumentos de investigación mediante encuestas

El término «instrumento» puede hacer pensar en alguna clase de aparato visible, sea una diminuta maquinita o una monstruosa obra de ingeniería como un radiotelescopio. Sin embargo, lo que aparece en un cuestionario y se presenta en una encuesta como un conjunto de preguntas es un instrumento de observación, aunque parezca un juego. Las respuestas de una muestra representativa de personas a esas preguntas revela la existencia de motivos y formas de conducta, los fenómenos en que debería cimentarse un proceso como la espiral del silencio. Plantear la hipótesis de la existencia de este proceso implica afirmar que las personas observan su medio social; que se fijan en lo que piensan sobre ellas y son conscientes de las tendencias cambiantes; que registran qué opiniones están ganando terreno y cuáles van a convertirse en dominantes. ¿Podemos probar estas afirmaciones?

«¿Cómo voy a saberlo?»

En enero de 1971 las encuestas de Allensbach empezaron a ocuparse de la espiral del silencio. El primer cuestionario constaba de estas tres preguntas:

Una pregunta sobre la RDA (Alemania Oriental): si tuviera que tomar usted la decisión, ¿diría que la República Federal debería reconocer a la RDA como un segundo Estado alemán, o que la República Federal no debería reconocerlo?

Ahora, sin tener en cuenta por un momento su propia opinión, ¿cree que la mayor parte de los habitantes de la República Federal están a favor o en contra de reconocer a la RDA? ¿Qué piensa que ocurrirá en el futuro, qué opinará la gente dentro de un año? ¿Habrán más o menos gente a favor del reconocimiento de la RDA que ahora?

«Ahora, sin tener en cuenta por un momento su propia opinión, ¿cree que la mayor parte de los habitantes...?» «¿Qué piensa que ocurrirá en el futuro, qué opinará la gente dentro de un año?» La mayor parte de la gente podría perfectamente haber respondido: «¿Cómo voy a saber lo que piensa la mayor parte de la gente, o lo que va a pasar en el futuro? No soy profeta». Pero la gente no respondió eso. Como si fuera lo más natural del mundo, entre el 80 y el 90 por ciento de una muestra representativa de la población de más de dieciséis años de edad ofreció su punto de vista sobre las opiniones mantenidas por la gente que le rodeaba (tabla 1).

Las opiniones de los encuestados sobre el futuro son algo menos seguras, pero incluso las preguntas en torno al futuro de una opinión no producen reacciones de desconcierto. En enero de 1971 tres quintas partes de los consultados expresaron su pronóstico sobre cómo se iba a desarrollar la opinión relativa al reconocimiento de la RDA, y las estimaciones fueron bastante claras: el 45 por ciento creía que aumentaría la opinión favorable, y sólo un 16 por ciento que disminuiría (tabla 2). Los resultados nos recuerdan las elecciones de 1965. La pregunta «¿Qué opina usted, quién va a ganar las elecciones?» no obtuvo como respuesta mayoritaria «¿Cómo quiere que lo sepa?», aunque a la vista de las encuestas que señalaban mes tras mes una competición igualada habría sido una respuesta muy razonable. Pero eso no sucedió. En aquel momento las expectativas se expresaron cada vez más claramente, y no sin consecuencias, como demostró el cambio de voto decidido en el último momento. Extrapolando las observaciones realizadas entre 1965 y 1971, tendríamos que esperar una espiral del silencio operando a favor del eventual reconocimiento de la RDA.

Descubrimiento de una nueva capacidad humana: la percepción del clima de opinión

Veamos ahora en qué medida nuestras exploraciones iniciales confirmaron la hipótesis de la espiral del silencio. Numerosas colecciones de preguntas siguieron al primer intento de enero de 1971. Como en 1965, confirmaron de forma consistente la aparente capacidad de la gente de captar algo sobre las opiniones mayoritarias y minoritarias, de percibir la distribución de frecuencia de los puntos de vista favorables y contrarios, y todo esto independientemente de las cifras de cualquier encuesta publicada (tabla 3).

En el año electoral de 1976 comparamos sistemáticamente los resultados de dos preguntas que habíamos utilizado para medir la percepción de la fuerza de las opiniones en 1965 y desde 1971: «¿Quién va a ganar las elecciones?» y «¿Qué piensa la mayoría de la gente...?». Ambas preguntas arrojaron resultados semejantes; pero la pregunta: «¿Cree que a la mayoría de la gente le gusta el partido X... o no lo cree?» demostró ser más sensible y, por tanto, un mejor instrumento de medida que: «¿Qué partido va a ganar...?». Las oscilaciones en las estimaciones de la fuerza de los partidos, si bien corrían paralelas a las otras medidas, eran claramente más pronunciadas (fig. 3).

¿Qué opinión ganará apoyo, cuál lo perderá? La mayor parte de la gente arriesgará un juicio sobre qué punto de vista en una controversia recibirá mayor apoyo. Hemos escogido seis ejemplos de

entre unos 25 test basados en 1.000 a 2.000 entrevistas con muestras representativas de población realizadas entre 1971 y 1979. El texto de las preguntas decía: «Tal como están las cosas, ¿qué piensa usted, cómo serán las opiniones dentro de un año? ¿Habrá más o menos gente que hoy a favor de...?».

Las asombrosas fluctuaciones en las respuestas sobre el clima de la opinión política nos despertaron el interés por saber si las estimaciones eran correctas. En diciembre de 1974 empezamos a comprobarlo sistemáticamente. Comportándose según la regla de la jerarquía de estabilidad de Lazarsfeld, las intenciones de voto experimentaron cambios pequeños, aunque continuos, durante los quince meses siguientes. La diferencia entre los porcentajes mayor y menor de intención de voto de la Unión Cristianodemócrata nunca superó los seis puntos, y en el caso del Partido Socialdemócrata no superó el cuatro por ciento. Sin embargo, en el clima de opinión hubo grandes perturbaciones, según lo percibido por nuestros entrevistados en ese mismo período. Estas variaciones, que llegaban a ser de hasta el 24 por ciento, no eran arbitrarias. Observamos, por el contrario, que se debían a pequeños cambios en la orientación real de los votantes que tenían lugar de vez en cuando (figs. 4 y 5). La cuestión intrigante era: ¿cómo podía el conjunto de la población percibir estas ligeras variaciones en las intenciones de voto? Proseguimos nuestras observaciones. Los acontecimientos que sucedían en los Estados federales, por ejemplo en la Baja Sajonia y en Renania-Palatinado, fueron incorporados a nuestro mapa de tendencias (fig. 6). El Instituto Gallup de Gran Bretaña estaba deseando comprobar la capacidad de la población británica de percibir su clima político. Las intenciones de voto británicas no parecían en absoluto tan consolidadas como las de la República Federal de Alemania, pero los británicos también parecían capaces de percibir el clima de opinión (fig. 7).

¿Cuántos asuntos diferentes engloba esta capacidad de reconocer el clima de opinión? Hay que aceptar que las observaciones realizadas por la gente incluyen constantemente cientos de asuntos diferentes. Desde marzo de 1971 tenemos datos comparativos sobre las opiniones de la gente en torno a la pena de muerte y sobre su percepción del clima de opinión acerca de ese asunto. Como entre 1972 y 1975 había que realizar otros estudios empíricos más urgentes que la comprobación de la espiral del silencio, no disponemos de datos sobre ese período. Sin embargo, las seis mediciones realizadas entre 1971 y 1979 confirman que los cambios reales de opinión

quedaron reflejados fiablemente en las percepciones del clima (figs. 8 y 9).

A veces esta percepción se equivoca y, como suele funcionar tan bien, cada vez que esto sucede resulta muy interesante. En estas ocasiones las señales en las que la gente basa su percepción del clima de opinión deben de estar distorsionadas. Mientras sepamos tan poco sobre ellas, no será fácil explicar su distorsión. De este tema trata el capítulo 22.

El test del tren

Aventuraremos, sin embargo, una explicación de la distorsión observada en 1965, cuando la expectativa sobre el partido ganador fue muy por delante de la evolución efectiva de la intención de voto. Según la hipótesis de la espiral del silencio, esto se debe a la diferencia de disposición -de entusiasmo, en realidad- de los dos bandos a expresar sus opiniones en público, a mostrar abiertamente sus puntos de vista donde pudieran ser percibidos. La hipótesis sólo se mantendrá si se pueden probar empíricamente dos supuestos. El primero es que las personas captan intuitivamente el grado relativo de aceptación de las opiniones contrapuestas. En la sección anterior hemos expuesto la evidencia que apoya este supuesto. La segunda cuestión, todavía no investigada empíricamente, es si la gente adapta realmente su conducta a la fuerza o la debilidad aparente de las distintas opciones.

En enero de 1972 apareció por primera vez una pregunta en una encuesta de Allensbach, una pregunta que, por lo que sabemos, nunca había aparecido en ningún cuestionario, ni en Alemania ni en ninguna otra parte. Versaba sobre la educación de los niños, y se planteaba en el contexto de una encuesta realizada con amas de casa. El encuestador le enseñaba a la encuestada un dibujo en el que aparecían dos amas de casa hablando, y le decía: «Dos madres discuten sobre si hay que pegar a los niños que se porten muy mal. ¿Con cuál de las dos estaría de acuerdo, con la de arriba o con la de abajo?» (fig. 10).

Una de las mujeres que aparecen en el dibujo declara: «Pegar a los niños es un error. Se puede educar a cualquier niño sin pegarle». En enero de 1972 un 40 por ciento de una muestra representativa de amas de casa se mostró de acuerdo con esta opinión.

La otra mujer dice: «Pegar a los niños es parte de su educación, y nunca a nadie le ha hecho daño». Un 47 por ciento de las amas de casa estaba de acuerdo con esta opinión. El 13 por ciento estaban indecisas.

Pero la pregunta crucial era ésta: «Suponga que está empezando un viaje en tren de cinco horas, y hay una mujer en su compartimento que piensa...». Aquí el texto de la pregunta se dividía. A las mujeres que habían opinado que pegar a los niños era un error se les decía: «...que piensa que pegar a los niños es parte de su educación»; y a las partidarias del castigo físico: «...que piensa que pegarles es un error». En ambos casos, pues, las amas de casa encontraban una compañera de viaje con un punto de vista diametralmente opuesto al suyo. La pregunta terminaba en ambos casos así: «¿Le gustaría hablar con esa mujer para conocer mejor su punto de vista, o pensaría que no merece la pena?».

Este «test del tren» se repitió desde entonces con otros temas. En una ocasión fue una conversación que exponía las opiniones de la gente sobre los cristianodemócratas y los socialdemócratas. Otras veces trató sobre la discriminación racial en Sudáfrica, la cohabitación entre jóvenes no casados, las centrales nucleares, la mano de obra extranjera, el aborto, el peligro de las drogas ilegales o el acceso al funcionariado de personas con ideas radicales.

La hipótesis que había que comprobar era si los diferentes grupos de opinión diferían en su disposición a defender públicamente sus puntos de vista y convicciones. La facción más dispuesta a proclamar su posición tendrá un mayor impacto e influirá más, por tanto, en los demás, que podrían acabar incorporándose a su grupo de seguidores aparentemente mayor o creciente. Algo parecido se observa en algunos casos particulares; pero, ¿cómo se puede medir este proceso cumpliendo los requisitos científicos de un experimento? Las mediciones deben ser repetibles, comprobables de nuevo indefinidamente e independientes de las impresiones subjetivas del observador. Hay que intentar simular la realidad bajo condiciones que permitan llevar a cabo las mediciones. Esas condiciones pueden encontrarse, por ejemplo, en una encuesta que se realice uniformemente, en la que las preguntas se lean en voz alta, con una forma y en un orden determinados; y en la que participen cientos de encuestadores preguntando a muestras de 500, 1.000 ó 2.000 encuestados, de manera que ningún encuestador particular pueda influir decisivamente en los resultados. ¡Pero qué situación más débil ofrece una entrevista de este tipo! ¡Qué diferente es de la vida, de la experiencia, de las sensaciones de la realidad!

Simulando una situación pública

Nuestra primera tarea consistía en simular una situación pública en la entrevista para poder investigar la inclinación latente de la persona a comportarse públicamente de una u otra manera. Está claro que las

personas extraen sus conclusiones sobre la fuerza o la debilidad de las opiniones no sólo a partir de conversaciones familiares; así que tuvimos que simular otros círculos aparte del familiar para obtener su conducta pública general. Hasta las personas solitarias, con pocos conocidos, consiguen percibir las señales, como mostraba nuestro análisis del «vuelco en el último minuto». Además, cuando se produce un cambio en el clima a favor o en contra de un partido, una persona o una idea determinada, parece que lo perciben en todas partes casi simultáneamente todos los grupos de población, todos los grupos de edad, todos los grupos de ocupación (figs. 11-13). Esto sólo es posible si las señales son completamente abiertas y públicas. La conducta en familia, en el círculo primario, puede ser la misma que en lugares públicos, o puede ser diferente. Pero para la espiral del silencio éste es un asunto secundario. Esto lo descubrimos rápidamente cuando en la encuesta intentamos una escenificación en la que los entrevistados tuvieran que indicar sus tendencias de expresarse o permanecer en silencio. Dijimos a los encuestados que se imaginaran que alguien los invitaba a algún lugar con otros invitados, algunos desconocidos para él. En la reunión, la conversación llegaba a un tema controvertido, y en este momento el texto de la pregunta introducía la cuestión concreta. ¿Le gustaría al entrevistado participar en la conversación sobre ese asunto o preferiría no participar? La pregunta no funcionó. La situación no era suficientemente pública, y las reacciones de los encuestados se veían muy influidas por consideraciones de cortesía respecto a las opiniones expresadas por los anfitriones y los otros invitados. Después planteamos el test del tren. Presentaba una situación pública algo semejante a una vía pública: cualquiera podía entrar en ella, y el encuestado no conocía los nombres y las actitudes de las personas que encontraba en ella. Al mismo tiempo, era una situación tan poco expuesta que hasta una persona tímida podía participar si le apetecía. ¿Pero serviría para conocer la conducta natural de las personas en situaciones públicas reales, como por ejemplo en la calle, en una carnicería o como espectador de un acontecimiento público? La entrevista tendría lugar en la intimidad, quizá en presencia de otros miembros de la familia. ¿Expresaría la gente ahí sus verdaderas reacciones, o el impulso para hacerlo sería demasiado débil ante una situación meramente imaginaria?

**Se confirma el segundo supuesto:
los que confían en la victoria se pronuncian
y los perdedores tienden a callarse**

Al evaluar un «test del tren» tras otro en las encuestas realizadas en 1972, 1973 y 1974, se fue haciendo evidente que podíamos medir la

disposición de las personas con distintas opiniones sobre determinados temas a airearlas o a permanecer calladas. El año electoral de 1972 ofreció unas condiciones y unos temas ideales para ese test. El entusiasmo por el canciller Willy Brandt, ganador del premio Nobel, llegó a su culmen; sin embargo, las opiniones estaban agudamente divididas sobre la cuestión de la Ostpolitik, que Brandt simbolizaba. No hacía falta una capacidad perceptiva especialmente sensible para ver qué opinión era la más fuerte públicamente, estuviera uno a favor o en contra de Brandt. «¿Qué piensa usted, está la mayor parte de los ciudadanos de la República Federal a favor o en contra de los tratados firmados con el Este?» Ésa era la pregunta de mayo de 1972. «La mayoría está a favor», respondía el 51 por ciento; «La mayoría está en contra», el 8 por ciento; «Aproximadamente la mitad a favor y la mitad en contra», el 27 por ciento. Y el 14 por ciento esquivaba la cuestión con la respuesta: «No se puede saber».

En octubre de 1972, con la campaña electoral ya en marcha, se incluyó el test del tren en una encuesta: «Suponga que empieza un viaje de cinco horas en tren y en su compartimento alguien se pone a hablar muy favorablemente -en la mitad de las encuestas la pregunta decía "muy desfavorablemente"- sobre el canciller Brandt. ¿Le gustaría hablar con esa persona para conocer mejor su punto de vista o pensaría que no merecía la pena?». El 50 por ciento de los que apoyaban a Brandt (que doblaban en número a los que no le apoyaban) dijeron que les gustaría entrar en conversación; sólo dijeron lo mismo el 35 por ciento de los que no le apoyaban. «Les parecía que no merecería la pena» fue la respuesta del 42 por ciento de los partidarios de Brandt y del 56 por ciento de los que estaban en contra de él (tabla 4). Así, los defensores de Brandt eran muy superiores en número a sus detractores, pero además su fuerza se multiplicaba por su mayor disposición a expresar su punto de vista.

Un pin de campaña también es una manera de hablar

En relación con esta hipótesis, hay que entender qué significa hablar y quedarse callado en sentido amplio. Colocarse un pin en la solapa o poner una pegatina en el coche también son modos de hablar; no hacerlo, aunque se tengan firmes convicciones, es una manera de quedarse callado. Llevar ostensiblemente un periódico de una tendencia política conocida es una forma de hablar; mantenerlo oculto en una cartera o bajo un periódico menos partidista es una manera de quedarse callado (por supuesto, uno no intentaría esconder el periódico; sólo ha quedado debajo por casualidad). Repartir octavillas es una manera de hablar, igual que pegar carteles, tachar o arrancar los del adversario, o pinchar las ruedas de los automóviles con

pegatinas del otro partido. En los años sesenta, los hombres con melena estaban diciendo algo; igual que lo hacen los que actualmente visten pantalones vaqueros en los países del este de Europa.

Incluso sin tener en cuenta el test del tren, el año electoral de 1972 nos proporcionó pruebas empíricas más que suficientes de que una de las partes de una controversia «hablará» activa y abiertamente mientras que la otra, aunque no necesariamente menos numerosa - quizá incluso más-, se mantiene en silencio. La protesta del antiguo vicepresidente Agnew sobre la «mayoría silenciosa» se hizo famosa justificadamente porque tocó una realidad sentida por muchas personas. Era una realidad en la que ellos mismos habían participado, aunque sin ser plenamente conscientes por no haber sido etiquetada explícitamente.

Una pregunta de la encuesta realizada después de las elecciones federales de 1972 demostró con claridad lo diferentes que eran percibidas las fuerzas de los dos partidos, aunque permanecieran prácticamente equilibrados a la hora de contar sus adeptos. La pregunta, que se planteó en diciembre, era ésta: «Todos los partidos tenían carteles, pins de campaña y pegatinas para los coches. ¿Cuál es su impresión, de qué partido le parece que había más pegatinas, carteles y pros?».

El 53 por ciento respondió que había «más de los socialdemócratas»; el 9 por ciento que «más de los cristianodemócratas». Una segunda pregunta comprobaba lo mismo desde otro ángulo: «Los resultados de un partido en unas elecciones dependen en gran parte de su capacidad para hacer que sus seguidores participen en la campaña electoral. ¿Cuál fue su impresión, los votantes de qué partido demostraron mayor idealismo y compromiso personal en esta última campaña electoral?». El 44 por ciento respondió que «los votantes de los socialdemócratas», y el 8 por ciento que «los votantes de los cristianodemócratas». Estos resultados parecen mostrar que en aquel momento -otoño de 1972- una persona que estuviera a favor de los cristianodemócratas buscaría en vano un compañero de simpatías entre los pins de campaña y las pegatinas, ya que todos ellos se habían sumido en el silencio, contribuyendo así a una situación en la que los que compartían convicciones cristianodemócratas y buscaban alguna señal debían de sentirse realmente aislados y solos. La espiral del silencio estaba funcionando con una eficacia difícilmente superable.

Al principio, esos pequeños indicios, reunidos en un esfuerzo por hacer visible el clima de opinión, configuraban un cuadro bastante incierto. Llevar un pin en la solapa, una pegatina en el coche... ¿no es una mera cuestión de gusto? Algunas personas tienden a realizar

esas acciones y otras no. ¿No será que los votantes más conservadores son también más discretos, menos proclives a exhibir sus convicciones? O, con respecto al «test del tren», a algunos les gusta charlar cuando están viajando y a otros no. ¿Puede considerarse realmente la prueba del tren como una indicación de que está teniendo lugar un proceso de influencia del tipo de la espiral del silencio?

La ventaja de tener grupos habladores en nuestro bando

Los resultados de nuestras encuestas sustentan la afirmación de que, independientemente del asunto de que se trate y de la intensidad de la convicción, algunas personas son más propensas a hablar y otras a quedarse calladas. Esto también sucede con grupos enteros de población. En una situación pública, los hombres están más dispuestos a participar en una conversación sobre temas controvertidos que las mujeres, los jóvenes más que los mayores, y los pertenecientes a estratos sociales superiores más que los pertenecientes a estratos inferiores (tabla 5). Esto tiene repercusiones evidentes sobre la visibilidad pública de los diversos puntos de vista. Si una facción atrae a muchos jóvenes o a muchas personas de un alto nivel educativo, automáticamente tiene más posibilidades de parecer la facción destinada a lograr la aceptación general. Pero ésa es sólo la mitad de la historia. Hay un segundo factor que influye en la disposición a manifestar la propia opinión: el acuerdo entre las convicciones propias y la evaluación que cada uno realiza de las tendencias vigentes, del espíritu de la época, del ánimo de los que parecen más modernos, más sensatos; o sencillamente la sensación de que la gente «mejor» está a nuestro lado (tabla 6).

La lengua se suelta cuando uno se siente en armonía con el espíritu de la época

En el otoño de 1972, los que apoyaban a Willy Brandt estaban más dispuestos que sus oponentes a participar en una conversación sobre Brandt en una situación pública, *independientemente* de que fueran maduros o jóvenes, hombres o mujeres, de menor o mayor nivel educativo. El test del tren demostró su validez. Este instrumento permitió realizar una serie continuada de investigaciones durante los años siguientes para revelar qué sector, en una controversia, se pronunciaba y cuál prefería quedarse en silencio. A un 54 por ciento de los simpatizantes socialdemócratas les hubiera gustado participar en una conversación sobre el Partido Socialdemócrata en un viaje, mientras que sólo un 44 por ciento de los simpatizantes cristianodemócratas hubieran querido hablar sobre la Unión

Cristianodemócrata (1974). Tras el cambio de canciller federal, el 47 por ciento de los que apoyaban a Helmut Schmidt y sólo el 28 por ciento de los que estaban en contra querían hablar sobre él (1974). Cuando el tema fue la alimentación forzosa de los presos en huelga de hambre, el 46 por ciento de los que estaban a favor y sólo el 33 por ciento de los que estaban en contra estaban dispuestos a expresarse (1975).

Los cambios de opinión favorecen la investigación

Se había producido lo que se llamaba entonces en Alemania una *Tendenzwende*, un punto de inflexión en la fuerza relativa de las actitudes políticas. Hasta ese momento no sabíamos por qué los que apoyaban las posiciones y a los líderes políticos de izquierdas estaban más dispuestos a participar en esas conversaciones. Podría deberse al clima político favorable, pero también sencillamente a que a los que tendían a defender posiciones de izquierdas les gustara más discutir. En la etapa siguiente se realizaron dos observaciones que refutaron la segunda posibilidad.

En primer lugar, los simpatizantes socialdemócratas empezaron a mostrar una menor inclinación a participar en discusiones sobre su partido entre 1974 y 1976; es decir, durante lo que se llama un «punto de inflexión político». Esto se reflejó en un cambio del 54 por ciento dispuestos a hablar en 1974, al 48 por ciento en 1976. El cambio general, sin embargo, resultó menos sorprendente que la repentina sensibilidad que los partidarios mostraron ante la formulación de la pregunta del tren: si el compañero de viaje, que era el que iniciaba la conversación, hablaba favorable o desfavorablemente del Partido Socialdemócrata. En 1974, los que apoyaban al Partido Socialdemócrata parecían casi inmunes a la influencia de las opiniones del compañero de viaje: el 56 por ciento hablaba cuando éste elogiaba al Partido Socialdemócrata y el 52 por ciento cuando lo criticaba. En 1976, el 60 por ciento manifestó interés por hablar con los que veían las cosas como ellos; pero cuando el compañero de viaje se expresaba en contra del Partido Socialdemócrata, su inclinación a participar en la conversación disminuía ¡hasta un 32 por ciento! Con los que apoyaban a los cristianodemócratas sucedió exactamente lo contrario. En 1974 se mostraron muy sensibles al tipo de entorno discursivo expresando una disposición completamente distinta a participar en la conversación si el compañero de viaje estaba a favor o en contra de la Unión Cristianodemócrata; en 1976, las opiniones del compañero de viaje ya no les importaban (Noelle-Neumann 1977a, esp. pág. 152).

Tras las experiencias de 1972 y 1973, queríamos simplificar el texto del test del tren no presentando situaciones alternativas con personas partidarias de, u opuestas a, una idea, corriente o persona en particular. Los resultados obtenidos hasta entonces mostraban que este aspecto del entorno no afectaba a la inclinación del entrevistado a hablar o a quedarse callado. Hasta 1975-1976 no descubrimos que habría sido prematuro prescindir de esta variación en el test. Como hemos descrito, sólo cuando una espiral del silencio se ha desarrollado plenamente y una facción posee toda la visibilidad pública mientras que la otra se ha ocultado completamente en su concha, sólo cuando la tendencia a hablar o a permanecer en silencio se ha estabilizado, las personas participan o se callan independientemente de que las otras personas sean o no amigos o enemigos explícitos. Pero, además de esas situaciones decantadas, hay controversias abiertas, discusiones todavía inconclusas o casos en que el conflicto latente aún tiene que salir a la superficie. En todos estos casos, como mostraron investigaciones posteriores, la sensibilidad a tenor de la conversación en el tren es considerable y puede ser muy reveladora.

Se refuta la idea que señala que las personas de izquierdas son menos sensibles al clima de opinión

El segundo descubrimiento, que refutó la suposición de que los encuestados de izquierdas tendían más a participar en conversaciones, surgió de la preocupación en torno a un fenómeno que, como el «efecto del carro ganador», llevaba décadas atrayendo la atención de los investigadores electorales. Si, por una parte, había una tendencia preelectoral reconocible de algunos electores a cambiar su voto en la dirección del ganador previsto, también había, por otra parte, una tendencia postelectoral a que más gente afirmase haber votado por el partido vencedor de lo que indicaran los votos recibidos por éste. Esto podría interpretarse, igual que el «efecto del carro ganador», como un esfuerzo por estar con los ganadores, en esta ocasión «olvidando» selectivamente haber votado por otro partido.

Para confirmar este hecho, buscamos datos en los archivos de Allensbach desde las primeras elecciones federales de 1949. Los datos no nos permitieron comprobar la sencilla regla de que tras cualquier elección hay más gente que afirma haber votado por el partido ganador que la registrada en el escrutinio. La información proporcionada por la gente sobre el sentido de su voto concordaba casi siempre con los resultados oficiales de las elecciones (figs. 14 y 15). En una ocasión, en 1965, un número sospechosamente grande afirmaba no haber votado por ninguno de los dos partidos principales: el

Partido Socialdemócrata, que había perdido las elecciones, o la Unión Cristianodemócrata, que había ganado. En 1969 y 1972 el número de los que decían haber votado a los socialdemócratas rebasaba sustancialmente la proporción real de votantes del Partido Socialdemócrata. Sin embargo, se produjeron dos descubrimientos llamativos cuando nos fijamos en los resultados del llamado método panel, en el que se pregunta repetidamente a las mismas personas durante un período de tiempo. El primero fue que, cuando se corregía la anterior decisión de voto en una entrevista posterior señalando un partido distinto del que habían dicho inmediatamente después de las elecciones, el cambio no se producía siempre en la dirección del partido ganador (el Partido Socialdemócrata), sino en la dirección de la opinión mayoritaria del grupo al que se pertenecía. En el caso de los votantes jóvenes, por ejemplo, el movimiento beneficiaba al Partido Socialdemócrata, pero en el de los mayores, a la Unión Cristianodemócrata. Entre los trabajadores beneficiaba al Partido Socialdemócrata, pero entre los autónomos, a la Unión Cristianodemócrata. Esto indicaba que no se trataba tanto de una tendencia a estar en el bando vencedor como de un intento de evitar el aislamiento del propio medio social. Como en 1972 la mayoría de los grupos se habían decantado ampliamente a favor del Partido Socialdemócrata, el balance general de los resultados en la encuesta postelectoral propiciaba claramente la inflación del voto socialdemócrata.

Un nuevo procedimiento para medir la presión de la opinión

El segundo descubrimiento fue que la tendencia a sobreestimar el voto por el Partido Socialdemócrata no permaneció constante durante el período posterior a las elecciones federales, así como tampoco la tendencia a subestimar el voto por la Unión Cristianodemócrata. Ambos procesos parecieron responder sutilmente a los cambios en el clima de opinión. Al principio, entre 1972-1973, había demasiadas personas que manifestaban haber votado por el Partido Socialdemócrata en las últimas elecciones, y demasiado pocas por la Unión Cristianodemócrata. Después, poco a poco, la gente empezó a recordar haber votado por el Partido Socialdemócrata o por la Unión Cristianodemócrata, y sus declaraciones se acercaron a los resultados electorales reales. La figura 16 recoge un extracto de esta serie de observaciones. Incluso cuando los recuerdos volvieron a aproximarse a los resultados reales en 1976, los cambios no se detuvieron. A medida que se acercaba el día de las elecciones, la anterior falta de disposición de los votantes cristianodemócratas a confesar lo que habían votado empezó a manifestarse de nuevo (fig. 17).

En la actualidad el instituto Allensbach mide rutinariamente la fuerza de esas tendencias calculando el grado de polarización y la intensidad de las discusiones políticas vigentes a través de la sobre o subestimación, observada mes tras mes, de los votos declarados a favor de los dos partidos principales en las últimas elecciones generales. Más adelante volveremos sobre el significado de dicha distorsión. Por el momento vamos a entresacar algunos fotogramas de la película a cámara lenta de los años 1974 a 1976, en los que se produjo el punto de inflexión de las tendencias políticas, para mostrar que el entusiasmo por la discusión y la inclinación al silencio no van necesariamente unidos a orientaciones políticas de izquierdas o de derechas, respectivamente.

Desde 1972 hemos podido interpretar la exageración y la minimización de los votos de uno u otro partido como formas de «hablar» o de «permanecer en silencio». Sin hacer ningún esfuerzo, habíamos encontrado un procedimiento para medir los cambios en la presión de la opinión que hacen hablar o quedarse callada a la gente.

¿Estamos dispuestos a defender públicamente una opinión?

Una batería de preguntas al respecto

Durante estos años siguieron diseñándose nuevas preguntas y nuevos instrumentos de investigación. En 1975 incluimos por primera vez en una encuesta una batería de preguntas encaminadas a sacar a la luz la inclinación del individuo a apoyar públicamente a un partido político. El texto de la pregunta inicial era: «Ahora, una pregunta sobre el partido político que más se acerca a sus puntos de vista. Si le preguntaran si estaría dispuesto a ayudar a ese partido, por ejemplo, haciendo algunas de las cosas enumeradas en estas fichas, ¿estaría usted dispuesto a hacer una o más de estas cosas por su partido preferido?». El encuestador le daba al entrevistado once fichas en las que estaban escritas sendas posibles maneras de apoyar a un partido. No todas requerían actividad pública, ya que las personas que no quisieran participar en acciones públicas, pero desearan mostrar la lealtad a su partido tendrían que poder encontrar alguna manera de hacerlo, como, por ejemplo, mediante una aportación económica. Las otras diez posibilidades sugeridas eran:

- Llevaría un pin de campaña o una pegatina en la solapa.
- Pondría una pegatina en mi coche.
- Iría de puerta en puerta para explicar el programa del partido a personas desconocidas.
- Colgaría un cartel o símbolo del partido en mi casa o en mi ventana.

- Saldría a colocar propaganda del partido en lugares públicos.
- Participaría en una conversación en la calle apoyando al partido.
- Asistiría a una concentración en favor de ese partido.
- Me levantaría en un mitin de ese partido para decir algo en la discusión si me pareciera importante.
- Defendería el punto de vista de ese partido en mítines de otros partidos.
- Ayudaría a repartir la propaganda electoral.

Esta pregunta podía dar lugar a una respuesta sencilla, pero valiosa para el análisis: «No haría nada de todo esto por el partido que prefiero». Un instrumento como éste es especialmente útil para detectar y medir cambios sutiles o pequeños, como una balanza de correos, que distingue entre 18 y 21 gramos mientras que la balanza doméstica corriente no podría ni distinguir entre 10 y 30 gramos.

La batería de preguntas que pretendía medir la disposición de la gente a apoyar en público a su partido demostró ser un instrumento delicado y sensible. Las disminuciones del apoyo a un partido quedaban registradas inmediatamente, como por ejemplo en las elecciones estatales de Renania-Palatinado, en las que las luchas entre los líderes del partido estuvieron a punto de costarles las elecciones. Antes de que estallara el conflicto entre los líderes (en diciembre de 1978), el 39 por ciento de los partidarios de la Unión Cristianodemócrata dijo que «no haría nada de eso» cuando se les preguntó sobre su ayuda al partido que preferían. Poco antes de las elecciones, el 48 por ciento de los votantes cristianodemócratas respondió que «no haría nada de eso». Mientras tanto, la oposición, el Partido Socialdemócrata, mantuvo un 30 por ciento estable de partidarios inactivos que no estaban dispuestos a apoyar a su partido de ninguna de esas maneras entre diciembre de 1978 y febrero-marzo de 1979 (Noelle-Neumann 1979, 10). La fuerza psicológica relativa había sufrido un vuelco, aunque las intenciones de voto habían variado tan ligeramente que los métodos de la estadística de muestreo no detectaron el cambio como significativo. Sin embargo, el vuelco casi acabó haciendo perder las elecciones a los cristianodemócratas.

Este ejemplo particular sirve para ilustrar cómo intenta la investigación social hacer visible lo invisible. Por supuesto, podría preguntarse directamente a la gente si llevan un pin de campaña o ponen una pegatina en el coche. Desde el punto de vista de la técnica de medición, este sistema directo tendría la ventaja de observar o definir circunstancias reales en lugar de basarse en manifestaciones quizá dudosas de las intenciones del entrevistado. La desventaja radica en

que el grupo que lleva pins de campaña en la solapa o pegatinas en el coche consta principalmente de un núcleo duro de activistas cuyas reacciones ante la suerte variable de su partido probablemente serán mucho menos sensibles que las de los partidarios más marginales. Si nos basamos sólo en la conducta menos sensible del núcleo duro, obtendremos fácilmente resultados que no alcanzarán el umbral de detección estadística y nos impedirán por ello observar las perturbaciones del clima de opinión.

Intentando comprobar si las personas con opiniones de izquierdas tienden más a manifestar sus convicciones, hemos descubierto otra cuestión. Es cierto que la gente parece tener una facilidad extraordinaria para aprehender el clima de opinión. También parece haber facciones que saben apoderarse de la atención pública y otras que se dejan silenciar. Pero, ¿cómo podemos descubrir qué motivos subyacen a esta conducta? ¿Explica el temor al aislamiento social este proceso, como afirma la hipótesis de la espiral del silencio? En el capítulo siguiente investigamos esta cuestión.

3. El miedo al aislamiento como motivo

A principios de los años cincuenta, el psicólogo social Solomon Asch (1951, 1952) informó sobre un experimento que había realizado más de cincuenta veces en los Estados Unidos. A los sujetos del experimento se les presentaban tres líneas y debían decir cuál de ellas tenía una longitud más parecida a la de una cuarta línea (fig. 18). Una de las tres era siempre exactamente igual que la cuarta. A primera vista la tarea parecía fácil. La correspondencia correcta era muy evidente y todos los sujetos acertaban con facilidad. En cada sesión experimental participaban entre ocho y diez personas. La línea de referencia y las tres líneas de comparación se colocaban en un lugar en el que todos pudieran verlas. Después todos los sujetos, empezando por la izquierda, decían cuál les parecía la línea de longitud más semejante a la de la cuarta. Este procedimiento se repetía doce veces en cada sesión.

Sin embargo, después de dos rondas en las que todos los participantes se mostraban inequívocamente de acuerdo sobre la línea correcta, la situación cambiaba repentinamente. Todos los ayudantes del experimentador, de siete a nueve personas que estaban al corriente del experimento, decían que la línea correcta era una claramente demasiado corta. El único sujeto no avisado del grupo, el único que no estaba al corriente, se encontraba sentado al final de la fila. Lo que se investigaba era lo que sucedía con su conducta bajo la presión de una opinión unánime contraria a la evidencia de sus sentidos. ¿Vacilaría? ¿Se adheriría a la opinión mayoritaria independientemente de cuánto contradijera su propia opinión? ¿O se mantendría en sus trece?

El experimento de laboratorio clásico de Solomon Asch demuestra que pocos individuos confían en sí mismos

Dos de cada diez sujetos no avisados se aferraron firmemente a su propia percepción. Dos de los ocho restantes se mostraron de acuerdo con el grupo en sólo una o dos de las diez rondas críticas del experimento. Los otros seis expresaron más frecuentemente como su propia opinión la obviamente falsa enunciada por la mayoría. Esto significa que, incluso en una tarea inofensiva que no afecta a sus intereses reales y cuyo resultado debería resultarles completamente indiferente, la mayor parte de las personas se unirán al punto de vista más aceptado aun cuando estén seguros de su falsedad. Esto fue lo que Tocqueville describió así: «Temiendo el aislamiento más que el error, aseguraban compartir las opiniones de la mayoría».

Cuando comparamos el método de investigación de Asch con el método de encuesta con preguntas, como la del test del tren, notamos inmediatamente que el método de Asch posee una atracción y una clase de fuerza de persuasión completamente diferente. Asch trabaja en la tradición de los llamados «experimentos de laboratorio». Puede controlar hasta el último detalle relevante de la situación experimental: la ubicación de las sillas, la conducta de sus ayudantes durante las sesiones, el grado de claridad de la diferencia de longitud entre las líneas, etc. La configuración experimental, el «laboratorio», le permite crear una situación inequívoca y mantenerla constante para todos los sujetos. La encuesta es un instrumento de investigación mucho más «sucio» porque está sometida a diversas perturbaciones y contaminaciones. No podemos estar seguros de cuántos encuestados no entienden correctamente una pregunta, de cuántos encuestadores no leen las preguntas en el orden previsto o ciñéndose estrictamente al texto, o cuántos introducen por su cuenta «mejoras» o improvisaciones, o explican las cosas a su manera cuando el encuestado parece no estar seguro del sentido de la pregunta. ¿Cuánto le cuesta a una persona típica imaginar la situación cuando se le dice: «Suponga que está empezando un viaje en tren de cinco horas, y en su compartimento alguien empieza a...»? En la encuesta habitual, la estimulación necesaria para imaginar esa situación es relativamente escasa. Además, todo depende de cómo se lea la pregunta, cómo se transcriba la respuesta y lo expresivo y hablador que sea el sujeto específico. Todas estas variables introducen incertidumbres en los resultados. Por el contrario, en un laboratorio como el de Asch se puede crear una «situación real». Se puede conseguir que influencias parecidas a las de la experiencia real condicionen uniformemente a todos los sujetos del experimento; por ejemplo, sentirse ridículo cuando todos los demás parecen ver las cosas de otro modo.

Dos motivos de la imitación: el aprendizaje y el miedo al aislamiento

«Temían el aislamiento más que el error» era la explicación de Tocqueville. A finales de siglo, un compatriota suyo, el sociólogo Gabriel Tarde, dedicó una gran parte de su obra al estudio de la capacidad de y la tendencia humana a la imitación, y se refirió a una necesidad humana de mostrarse de acuerdo en público con los demás (Tarde 1969, 318). Desde entonces, la imitación es un tema de investigación en las ciencias sociales. La *International Encyclopedia of the Social Sciences* de 1968, por ejemplo, le dedica un extenso artículo (Bandura 1968). Pero en él la imitación no se explica como un

resultado del temor a ser excluido por desaprobación sino como un modo de aprendizaje. Las personas observan la conducta ajena, aprenden que existe esta o aquella conducta posible y, cuando se presenta la ocasión, la ponen en práctica ellos mismos. Nuestro interés por definir el papel desempeñado por el miedo al aislamiento presenta una complicación. Si llamamos imitación a la repetición por alguien de lo que otros hayan hecho o dicho, este proceso puede deberse a muy distintas razones. Puede deberse al miedo al aislamiento; pero también puede reflejar el deseo de aumentar la provisión de conocimientos, especialmente en una civilización democrática que identifica la mayoría numérica con el mejor criterio. La belleza del experimento de laboratorio de Asch estriba precisamente en su capacidad de eliminar toda esa ambigüedad. Los sujetos del experimento ven con sus propios ojos que la línea elegida por la mayoría como la más afín, no lo es. Si se adhieren a la opinión de la mayoría, tiene que ser necesariamente por temor a quedarse aislados, no por la esperanza de aumentar su repertorio de conductas o su provisión de conocimientos.

El carácter negativo de etiquetas como «conformista» o «gregario» muestra que la tendencia a la imitación va contra el ideal de autonomía individual. Es una imagen con la que casi nadie quiere que le identifiquen, aunque muchos estarían de acuerdo en que podría describir «al otro».

Se ha planteado la cuestión de si el experimento de la longitud de la línea de Asch no habrá descubierto una tendencia al conformismo específicamente estadounidense. Stanley Milgram (1961) repitió el experimento con algunas modificaciones en dos países europeos cuyas poblaciones se solían considerar como, en un caso, sorprendentemente individualista (la francesa) y, en el otro, como dotada de un fuerte sentido de la solidaridad y un alto nivel de cohesión (la noruega). Aunque en la versión del estudio de Milgram los sujetos oían en lugar de ver a la mayoría equivocada, esto bastaba para causar la impresión de que se encontraban solos en su experiencia perceptiva. La mayor parte de los europeos -el 80 por ciento de los noruegos y el 60 por ciento de los franceses- con frecuencia o casi siempre se unían a la opinión de la mayoría. Hubo variaciones posteriores del experimento. Por ejemplo, se efectuaron comprobaciones al objeto de conocer cómo afectaba el número de personas que se sentaban antes del sujeto no avisado y elegían la línea correcta a la capacidad de éste para apartarse de la opinión mayoritaria y decir lo que veía con sus propios ojos.

No necesitamos tener en cuenta estos refinamientos. La versión original del experimento de Asch supone una importante contribución

a nuestra pregunta de investigación. Presumimos que el temor al aislamiento de los individuos normales pone en marcha la espiral del silencio, y el experimento de Asch demuestra que este miedo puede ser considerable.

Y considerable tenía que ser para explicar los resultados obtenidos con el método de las encuestas. Sólo suponiendo que la gente teme intensamente quedarse aislada podemos explicar la enorme hazaña colectiva consistente en saber con precisión y fiabilidad qué opiniones se están fortaleciendo y cuáles están perdiendo apoyo, y en hacerlo sin recurrir a la ayuda de ningún instrumento de investigación demoscópica. Los seres humanos economizan la atención que prestan a las cosas. El esfuerzo que dedican a observar el entorno parece ser un precio menor a pagar en comparación con el riesgo de perder la estimación de los otros seres humanos; de ser rechazados, despreciados, de estar solos.

¿Estamos negando la naturaleza social de los seres humanos?

El problema consiste en hacer empíricamente visible y teóricamente inteligible la atención que los individuos prestan a las opiniones del grupo. Los trabajos anteriores sobre el fenómeno de la imitación parecen considerar el aprendizaje prácticamente como su único motivo. Estos trabajos muestran una extendida tendencia a negar, o al menos a no tener en cuenta, la naturaleza social de los seres humanos, desacreditándola injustamente con la etiqueta de «conformidad». Nuestra naturaleza social nos hace temer la separación y el aislamiento de los demás y desear ser respetados y queridos por ellos. Con toda probabilidad, esta tendencia contribuye considerablemente al éxito de la vida social. Pero no se puede evitar el conflicto. Alabamos conscientemente el pensamiento racional e independiente y el juicio firme e inmutable que suponemos que cada persona debe alcanzar por sí misma.

El psicoanalista Erich Fromm buscó sistemáticamente todos los diferentes ámbitos en los que podía encontrar contradicciones entre los impulsos conscientes e inconscientes de la gente, tan grandes como las contradicciones que Freud descubrió en su época entre la sexualidad consciente y la inconsciente. Fromm (1980, 26) señala, entre esas contradicciones modernas:

conciencia de libertad/sumisión inconsciente
sinceridad consciente/falsedad inconsciente
conciencia individualista/disposición inconsciente a dejarse influir
conciencia de poder/sensación inconsciente de impotencia
fe consciente/cinismo y completa falta de fe inconscientes

Libertad, sinceridad, individualismo... Aceptamos conscientemente todos estos como los valores que sentimos en nuestros propios seres; pero, sencillamente, no concuerdan con el modo en que debemos suponer que se comporta la gente según nuestra descripción de la espiral del silencio. Por eso, no podemos esperar razonablemente que la gente admita conscientemente su miedo al aislamiento si le preguntamos directamente sobre sus motivaciones en una encuesta. Sin embargo, igual que se puede simular una situación pública en una encuesta para medir la tendencia a expresarse públicamente o a permanecer en silencio, también se puede simular la amenaza de aislamiento en una situación de entrevista y observar si los encuestados reaccionan ante ella como nos haría esperar la hipótesis de una espiral del silencio.

Un experimento de campo para simular la amenaza de aislamiento

El procedimiento que vamos a describir se llama en lenguaje técnico «experimento de campo». «Campo» se opone aquí a «laboratorio». En él los sujetos permanecen en el «campo», en su marco natural. No se les encierra en un laboratorio extraño. Un encuestador acude a sus hogares a hacerles algunas preguntas, algo un poco diferente del curso cotidiano de los acontecimientos, pero que se acerca a la experiencia corriente de una conversación entre dos personas.

¿Por qué se aferran los investigadores a una herramienta de investigación tan imperfecta y perecedera como la encuesta, un método que proporciona estímulos relativamente débiles y es difícil de controlar? Porque tiene la ventaja de recoger el término «campo»: la naturalidad de todas las circunstancias; y porque el método implica la posibilidad de observar una muestra representativa de la población, no sólo esos famosos grupos que pueden conseguirse para experimentar en el laboratorio y en los que se basan tantas investigaciones sociales experimentales: estudiantes, militares y pacientes ingresados. Las mismas características que dan fuerza a los métodos de laboratorio - su posibilidad de control riguroso y de introducir variaciones en las circunstancias que podrían influir en los resultados- son las que también constituyen su debilidad. El marco del laboratorio podría excluir inadvertidamente ciertos aspectos de la vida real quizá decisivos en la conducta que se pretende investigar.

Fumando en presencia de no fumadores: el test de la amenaza

Nuestro primer intento de simular los peligros del aislamiento social en un experimento de campo tuvo lugar en 1976, con el tema de «fumar en presencia de no fumadores» (Noelle-Neumann 1977a, esp. págs. 154-155). Este tema parecía apropiado porque la opinión pública sobre él seguía desarrollándose y la fuerza relativa de los dos bandos principales parecía estar equilibrada. En un diálogo hipotético que se leía en voz alta durante la entrevista, el 44 por ciento seleccionó este punto de vista: «Hay que abstenerse de fumar en presencia de no fumadores. Fumar sería una falta de consideración. Para los que no fuman es muy desagradable tener que respirar un aire lleno de humo». Exactamente el mismo porcentaje, el 44 por ciento, eligió la otra opinión: «No se puede esperar que la gente se abstenga de fumar sólo porque haya no fumadores delante. De todas formas, a éstos no les molesta tanto». En un test de disposición a hablar sobre el tema o a callar, el 45 % de los críticos de fumar en presencia de no fumadores y el 43 % de los que defendían los derechos de los fumadores se manifestaron dispuestos a y deseosos de participar en una conversación sobre este tema durante un viaje en tren.

Después se trataba de simular el peligro de aislamiento social. El núcleo de la serie de preguntas que les planteamos a nuestra muestra representativa de 2.000 personas seguía el formato del test del tren:

1. Obtención de la opinión personal del entrevistado sobre el tema de fumar en presencia de no fumadores a través de las dos afirmaciones presentadas.
2. Estimación sobre lo que piensa «la mayoría de la gente» sobre el tema, preguntando: «Ahora, independientemente de su propia opinión, ¿qué cree que piensa la mayoría de la gente sobre esto? ¿Hay más gente en la República Federal que opina que los fumadores deberían abstenerse de fumar en presencia de no fumadores, o que los fumadores deberían seguir fumando si quisieran?». (Resultados totales: «La mayoría piensa que los fumadores deberían abstenerse de fumar en presencia de no fumadores», 31 por ciento; «La mayoría piensa que los fumadores pueden seguir fumando», 28 por ciento; «Mitad y mitad», 31 por ciento; «No lo sé», 10 por ciento.)
3. Test de inclinación a hablar o a permanecer en silencio: «Suponga que está empezando un viaje en tren de cinco horas y alguien inicia una conversación en su compartimento y dice: "La

gente debería abstenerse de fumar en presencia de no fumadores". ¿Le gustaría participar en esta conversación o pensaría que no merece la pena?». (En la mitad de los cuestionarios se le atribuía al otro viajero la opinión de que «No se puede pedir a nadie que se abstenga de fumar sólo porque haya no fumadores delante».)

4. Determinar si el entrevistado es fumador o no.

Para simular la amenaza de aislamiento social, se dividió a los 2.000 entrevistados en dos grupos representativos de 1.000. Al grupo experimental, es decir, el grupo que iba a someterse al factor experimental de una amenaza de aislamiento social, se le enseñaba una imagen de dos personas conversando. Uno de ellos dice: «A mí me parece que los fumadores son unos desconsiderados. Obligan a los demás a respirar su humo, que es tan perjudicial para la salud». El otro empieza a responder: «Bueno, yo ...». El modelo de esta pregunta proviene del método de terminación de frases utilizado en la psicología diagnóstica (fig. 19). El texto de la pregunta introductoria reza: «Estos dos hombres están hablando. El de arriba acaba de decir algo. Léalo, por favor. El de abajo ha empezado a responder. ¿Qué cree que habrá respondido el de abajo? ¿Cómo puede haber terminado la frase que ha comenzado?». Esta invitación debe causar un fuerte aumento de los habitualmente débiles estímulos que se producen cuando simplemente se oye pasivamente a alguien criticar a los que fuman en presencia de no fumadores. Este test de terminación de frases no exige demasiado a las personas de la muestra representativa ni desborda las posibilidades de una encuesta, como lo demuestra el hecho de que el 88 por ciento de los encuestados completara la frase del dibujo.

La segunda muestra de 1.000 personas constituía el grupo de control. Se les trataba exactamente igual que al grupo experimental en todos los aspectos, con la única diferencia de que no se les aplicaba el test de terminación de frases con su amenaza concomitante de aislamiento social. Según la lógica del experimento controlado, cualquier diferencia encontrada entre los resultados del grupo experimental y del grupo de control puede atribuirse al test de la amenaza, ya que todas las demás condiciones eran idénticas. Los resultados confirmaron las expectativas. Después de haber sido amenazados verbalmente, los fumadores que habían defendido su derecho a fumar en presencia de no fumadores mostraban un interés notablemente menor por participar en una discusión sobre ese tema en un compartimento de tren (tabla 8).

Los fumadores resultan especialmente intimidados cuando se simula una amenaza doble de aislamiento. Primero se les da el test de terminación de frases con una persona radicalmente opuesta a que se fume en presencia de no fumadores, y después se les confronta con un compañero de viaje en un compartimento de tren que inicia la conversación afirmando que «la gente debería abstenerse de fumar en presencia de no fumadores». En estas condiciones, sólo el 23 por ciento de los fumadores sigue dispuesto a participar en la conversación.

Los test empíricos también pueden hacer visible la otra parte de la espiral del silencio. Los no fumadores tienden a perder la confianza en sí mismos y, consiguientemente, la proclividad a expresar su opinión. Pero cuando el test de terminación de frases les muestra que no están en absoluto solos con su punto de vista, su inclinación a participar en la conversación crece ostensiblemente (tabla 9). Los no fumadores más tímidos alcanzan una alta disposición a manifestarse cuando, además de contar con un aliado agresivo en el test de la amenaza, el compañero de viaje del compartimento del tren declara enérgicamente que la gente debería abstenerse de fumar en presencia de no fumadores. En estas circunstancias sólo el 23 por ciento de los fumadores se sienten inclinados a hablar, frente a un 56 por ciento de los no fumadores. Se puede ver cómo, a medida que la espiral del silencio se desarrolla, la opinión de que está mal fumar en presencia de no fumadores puede volverse dominante hasta el punto de que sea imposible para un fumador defender públicamente la opinión contraria: que habría que permitir fumar a los fumadores incluso en presencia de no fumadores. Lo que se manifiesta en este caso es un evidente efecto acumulativo: poco a poco las respuestas hostiles del medio acaban enervando. Los fumadores más seguros de sí mismos no reaccionan al test de la amenaza por sí solo. Cuando se los sitúa, inmediatamente después del test de la amenaza, en el compartimento de un tren con alguien que representa su propio punto de vista -que está bien fumar en presencia de no fumadores-, olvidan la amenaza anterior. Con ésta, el 54 por ciento están dispuestos a participar en la conversación; sin ésta, el 55 por ciento.

Pero si, tras el test de la amenaza, sucede otra experiencia desestabilizadora -el compañero de viaje en tren también clama contra los que fuman en presencia de fumadores-, los fumadores prefieren refugiarse en el silencio (tabla 10). A los que tienen menos confianza en sí mismos les basta una amenaza menor de aislamiento. Las mujeres y los que pertenecen a las clases sociales más bajas, por ejemplo, ya suelen reaccionar ante el test de la amenaza, y no

recobran la confianza sólo porque un compañero de viaje defienda su punto de vista.

Reacciones ante situaciones de encuesta como si éstas fueran reales

Los resultados del test de la amenaza no sólo nos permiten desvelar el proceso de la espiral de silencio; también nos hace avanzar en otro terreno. Apoyan la suposición de que muchas personas imaginan tan vivamente las situaciones descritas en las encuestas que reaccionan ante ellas como si fueran reales. De modo que no tenemos que realizar la investigación en un laboratorio secreto con un tren auténtico y científicos disfrazados de viajeros que llevan a cabo el experimento de expresividad o silencio con sujetos que no sospechan nada. Sin embargo, al ir diseñando instrumentos para utilizarlos en las entrevistas sufrimos repetidas decepciones.

Queríamos dar un paso más y ver si podíamos demostrar empíricamente que algunos puntos de vista estaban tan estigmatizados, eran tan despreciados, que adoptarlos significaba aislarse automáticamente. Con este objetivo, en 1976 incluimos en una serie de encuestas de Allensbach un test con un dibujo que pretendía ser una representación visual del aislamiento social. En un extremo de una mesa hay varias personas sentadas amistosamente cerca unas de las otras, y en el otro extremo hay una persona sentada sola. Unos «bocadillos» de viñetas de cómics sugieren que está teniendo lugar una discusión entre los miembros del grupo y el solitario. El test consistía en pedirles a los entrevistados que atribuyeran determinados puntos de vista al solitario. Por ejemplo: ¿está la persona aislada a favor de que los miembros del Partido Comunista de Alemania puedan llegar a ser jueces, o está en contra?

Éste era el texto de la pregunta: «Volvamos a la pregunta anterior de si debería poder ser juez un miembro del Partido Comunista de Alemania. Aquí aparecen varias personas hablando sobre ese tema. Hay dos opiniones, una está a favor de que se nombre jueces a estas personas, y la otra se opone a tales nombramientos. ¿Qué piensa que puede haber dicho este individuo que está sentado solo? ¿Que está a favor o en contra de nombrar juez a un comunista?» (figs. 20, 21).

Un test que no funcionó

El dibujo de los personajes alrededor de la mesa resultó semejante al peso de cocina escasamente sensible mencionado anteriormente: no tuvo ninguna utilidad. Hubo una proporción notablemente elevada de

respuestas de «no sabe», el 33 por ciento, lo que parecía indicar que se pedía demasiado a la imaginación de los entrevistados.

Además, la opinión que se atribuía a la persona aislada en la mesa parecía no tener nada que ver con el carácter mayoritario o minoritario de aquélla. La pregunta directa, «¿Debería poder ser juez un miembro del Partido Comunista de Alemania?», obtuvo una respuesta abrumadoramente negativa (60 por ciento no, 18 por ciento sí, en abril de 1976), y la población sabía perfectamente cuál era el punto de vista mayoritario y cuál podría tender a aislar a sus defensores (el 80 por ciento dijo que la mayoría de la gente no quería como jueces a miembros del Partido Comunista, mientras que sólo el 2 por ciento dijo que la mayor parte de la gente no tenía nada en contra). Sin embargo, las suposiciones sobre cuál sería la opinión expresada por el solitario del dibujo se repartieron muy igualadamente entre los que pensaban que estaría a favor de que pudiera haber jueces comunistas (33 por ciento) y los que pensaban que estaría en contra (34 por ciento).

Según la opinión popular real -y bastante correctamente calculada- del momento, la mayor parte de la gente tendría que haberle atribuido la idea de que «un miembro del Partido Comunista debería poder ser juez»; esto, claro está, si la gente fuera realmente consciente de que las ideas impopulares pueden conducir al aislamiento y si vieran como aislado al hombre del extremo de la mesa. ¿Producía la escena de la mesa un efecto demasiado íntimo? ¿Era insuficientemente pública? ¿Sigue formando parte del grupo el que se sienta al otro extremo de la mesa y, por tanto, a los encuestados no les parece que esté aislado?

El segundo dibujo creado para el test, en el que las personas estaban de pie en lugar de sentadas, resultó algo más útil. En esta ocasión sólo el 21 por ciento permaneció indeciso, y la mayor parte del resto (46 por ciento) supuso que la persona aislada representaba la posición minoritaria (es decir, que había que permitir el acceso a la judicatura a los miembros del Partido Comunista). Pero aun así, el 33 por ciento seguía manteniendo la otra opinión. Los que pensaban que había que permitir a los comunistas llegar a ser jueces eran más conscientes de las posibilidades de aislamiento inherentes a su punto de vista; el 65 por ciento de ellos atribuía esta opinión a la persona aislada (tabla 12). Sin embargo, este test también resultó insatisfactorio. Los resultados no eran claros ni cuando uno de los puntos de vista recibía un apoyo social abrumador. Por ejemplo, en otro test en el que se utilizó el mismo dibujo con un tema menos polarizado, se produjo un malentendido completamente inesperado. La pregunta era: «¿Quién le gustaría que fuera el próximo canciller federal?». El 44 por ciento respondió que Helmut Schmidt, y el 35 por ciento que Helmut Kohl

(abril de 1976). Cada uno de estos grupos, sin embargo, tendía a atribuir su propio punto de vista a la persona que estaba sola de pie. Por el momento dejamos de utilizar el test. Más adelante (véase el final del capítulo 22) volveremos a encontrarlo, aunque con una función diagnóstica diferente. Pero no renunciamos al objetivo que habíamos pretendido con estos test de dibujos: comprobar empíricamente si la gente podía saber qué puntos de vista tendían a aislar a las personas. Por supuesto, para que la espiral del silencio funcionase bastaría con que ese conocimiento existiera sólo inconscientemente. La tendencia descrita en la obra de Fromm a ser consciente de uno mismo como individuo, como ciudadano emancipado, y el consiguiente abandono del esfuerzo de hacernos conscientes de nuestra naturaleza social (un término sin duda más apropiado que el peyorativo «hombre masa» de Fromm), difícilmente puede producir percepciones y reconocimientos conscientes del tipo que buscamos. Sin embargo, y a pesar de sus limitaciones, la encuesta puede proporcionar pruebas claras de que la gente sabe qué opiniones pueden provocar aislamiento social en un momento dado. Para conseguirlo habría que precisar la pregunta del test, de modo que plantease una situación tan extrema, que hasta una persona muy poco sensible reconociera claramente el peligro de aislamiento implicado.

¿A quién le pinchan las ruedas?

Poco antes de las elecciones al Parlamento Federal de septiembre de 1976, aparecieron en las encuestas de Allensbach dos preguntas del siguiente tipo. Una decía: «Aquí tiene un dibujo de un coche con la rueda pinchada. En la ventanilla trasera derecha hay una pegatina de un partido político, pero usted no puede leer de qué partido se trata. ¿Con pegatinas de qué partido cree que se corre un riesgo mayor de que a uno le pinchen las ruedas?» (tabla 13). Casi la mitad de la muestra, el 45 por ciento, dejó la pregunta sin responder; pero el resultado fue claro. Los que respondieron distinguieron tajantemente entre los tres partidos representados en el Parlamento: el 21 por ciento mencionó a la Unión Cristianodemócrata, el 9 por ciento al Partido Socialdemócrata, y el 1 por ciento al Partido Demócrata Libre (los Liberales). La tabla 13 ofrece los resultados completos. Los partidarios de los cristianodemócratas se sentían más en peligro; los de los liberales pensaban que corrían poco peligro frente al relativamente grande de los cristianodemócratas. Los que apoyaban a los socialdemócratas no se sentían particularmente en peligro. Si hubiera sido así, habrían considerado el peligro que corrían como

sustancialmente más elevado que el que atribuían a los seguidores de los otros partidos, y éste no era el caso.

La segunda pregunta de esta serie era mejor que la primera. Encontró menos resistencia a la respuesta y se refería a una conducta más permisible que el daño a la propiedad ajena. En consecuencia, la segunda pregunta indicaba de manera más realista lo que la gente consideraba popular o impopular. Simulaba mejor los indicadores del rechazo público. En cualquier caso, inhibía menos a los que apoyaban al Partido Socialdemócrata y al Partido Demócrata Libre a la hora de manifestar lo que sentían sobre su grado de aceptación.

Ésta era la pregunta: «Ahora quiero plantearle otro caso y preguntarle su opinión. Alguien llega en su automóvil a una ciudad desconocida y no encuentra un lugar donde aparcar. Acaba bajándose del coche y preguntándole a un peatón: "Por favor, ¿podría decirme dónde puedo encontrar un lugar para aparcar?". El peatón responde: "¡Pregúntele a otro!", y se va. El automovilista lleva una insignia de un partido político en la solapa. ¿De qué partido cree que era esa insignia?».

Un 25 por ciento de los votantes socialdemócratas y un 28 por ciento de los liberales supusieron que sería una insignia cristianodemócrata, más del doble de los que nombraron a los socialdemócratas. Los partidarios de los cristianodemócratas se resistieron a reconocer su propia impopularidad (tabla 14). En ese mes -septiembre de 1976-, como ya hemos indicado, llegó a su culmen la tendencia -que se había reducido durante un tiempo- a negar haber votado por la Unión Cristianodemócrata en las elecciones anteriores.

Sin embargo, la situación psicológica de los cristianodemócratas era mucho menos amenazante en ese momento que lo que había sido cuatro años antes, en las elecciones federales de 1972. Deducimos esto de las respuestas a una pregunta que amenazaba simbólicamente con el aislamiento público. La pregunta se planteó en estudios postelectorales en 1972 y 1976 y rezaba: «En la campaña electoral se volvieron a arrancar y romper carteles. Por lo que ha visto, ¿de qué partido eran los carteles más frecuentemente deteriorados?». En 1972 la respuesta se inclinó ampliamente hacia la Unión Cristianodemócrata. El 31 por ciento pensaba que los carteles más estropeados habían sido los cristianodemócratas, mientras que los socialdemócratas ocupaban el segundo puesto con un 7 por ciento. En 1976, los carteles cristianodemócratas volvieron a ocupar el primer lugar, aunque entonces sólo con el 23, en lugar del 31 por ciento (tabla 15).

Ruedas pinchadas, carteles arrancados o rotos, ayuda negada a un forastero perdido... esta clase de situaciones demuestra que la gente

puede sufrir incomodidades e incluso peligros cuando el clima de opinión está en contra de sus ideas. Cuando la gente intenta evitar el aislamiento, no está reaccionando hipersensiblemente ante trivialidades. Es un asunto vital que puede suponer riesgos reales. La sociedad exige una rápida conformidad en torno a las cuestiones que están experimentando cambios. Debe hacerlo para mantener un grado suficiente de unidad que le permita permanecer integrada. Como hizo notar el jurista alemán Rudolph von Ihering (1883, 242; véase 325) en su ensayo *Der Zweck im Recht* (La finalidad en el Derecho), la desaprobación que castiga a alguien que se aparta de la opinión mayoritaria no tiene el carácter racional de la desaprobación debida a «una conclusión lógicamente incorrecta, un error en la resolución de un problema aritmético o una obra de arte fallida. Más bien se manifiesta como la *reacción practica de la comunidad*, consciente o inconsciente, ante la lesión de sus intereses, una defensa para la propia protección».

4. ¿Qué es la opinión pública?

«Pues yo todavía no sé qué es la opinión pública», dijo un participante en la sesión matutina de una conferencia sobre la opinión pública cuando salía de la sala para la pausa del mediodía. Eso fue en 1961 en Baden-Baden, en un simposio de profesionales e investigadores de los medios de comunicación. No era el único que se sentía incómodo. Generaciones de filósofos, juristas, historiadores, politólogos e investigadores del periodismo se han tirado de los pelos intentando formular una definición clara de la opinión pública.

Cincuenta definiciones

Además, desde entonces no se han realizado progresos. Por el contrario, el concepto se ha disuelto cada vez más hasta volverse totalmente inútil a efectos prácticos. A mediados de los años sesenta un profesor de Princeton, Harwood Childs (1965, 14-26), emprendió la tediosa tarea de recoger definiciones y encontró cincuenta distintas en la literatura existente. En los años cincuenta y sesenta aumentó la exigencia de abandonar el concepto. Se decía que la opinión pública era una ficción que pertenecía al museo de la historia de las ideas. Sólo podía tener un interés histórico. Lo notable fue que esta campaña no sirvió para nada. «El concepto sencillamente se niega a morir», se lamentaba un profesor alemán de periodismo, Emil Dovifat (1962, 108). También en 1962, en su discurso inaugural sobre «El cambio estructural en el concepto de lo público: la investigación de una categoría en la sociedad burguesa», Jürgen Habermas comentaba que «no sólo el uso coloquial... se aferra a él, sino también los científicos y los investigadores, especialmente de derecho, política y sociología, que aparentemente no pueden reemplazar categorías tradicionales como la de "opinión pública" por términos más precisos» (1962, 13).

W. Phillips Davison, profesor de periodismo en la Universidad de Columbia, comenzaba su artículo «Public Opinion», escrito para la edición de 1968 de la *International Encyclopedia of the Social Sciences*, con esta frase: «No hay una definición generalmente aceptada de "opinión pública". Sin embargo», seguía, «el término se ha utilizado con frecuencia creciente... Los esfuerzos por definir el término han llevado a expresiones de frustración tales como "la opinión pública no es el nombre de ninguna cosa, sino una clasificación de un conjunto de cosas"» (Davison 1968, esp. pág. 188). Y después menciona la lista de unas cincuenta definiciones de Childs. También encontramos esta perplejidad en los escritos del historiador alemán Hermann Oncken, que, en un artículo publicado en 1904, la

expresó así: «El que desee comprenderlo y definirlo [el concepto de opinión pública] se dará cuenta enseguida de que está tratando con un Proteo, un ser que aparece simultáneamente con mil máscaras, tanto visible como fantasmal, impotente y sorprendentemente poderoso, que se presenta bajo innumerables formas y se nos escapa siempre entre los dedos en cuanto creemos haberlo aferrado firmemente... Algo que flota y fluye no puede entenderse encerrándolo en una fórmula... Después de todo, cuando se le pregunta, todo el mundo sabe exactamente qué significa la opinión pública» (Oncken 1914, esp. 224-225, 236).

Es interesante que un intelectual con la sagacidad y la potencia conceptual de Oncken se evada diciendo que «después de todo... todo el mundo sabe...», y reduzca la búsqueda de definiciones, requisito fundamental para la aplicación del método científico, a un «encerrar en una fórmula».

La espiral del silencio como proceso de creación y propagación de la opinión pública

A principios de los años setenta, yo estaba desarrollando la hipótesis de la espiral del silencio intentando explicar los enigmáticos descubrimientos de 1965 (intenciones de voto que no cambiaban junto a una expectativa creciente de victoria de uno de los bandos). En ese momento empecé a preguntarme si habríamos encontrado un modo de acceder a una parte de ese monstruo llamado «opinión pública». «Se presenta bajo innumerables formas y se nos escapa siempre entre los dedos», como lo describió Oncken (1914, 225). La espiral del silencio podría ser una de las formas de aparición de la opinión pública. Podría ser un proceso por el que creciera una opinión pública nueva, joven, o por el que se propagara el significado transformado de una opinión antigua. Si fuera así, seguiría siendo necesario encontrar una definición de opinión pública para evitar tener que afirmar que «la espiral del silencio es el proceso por el que se propaga algo indefinible».

La controversia intelectual giraba en torno a los dos términos del concepto, el de «opinión» y el de «público».

***Meinung* y *opinion* significan cosas distintas**

Nuestra investigación sobre el significado de lo que en alemán se llama *Meinung* (opinión) nos llevó hasta *La república* de Platón. Con ocasión de un festival en la ciudad portuaria de El Pireo, en una conversación sobre el Estado con Glaucón y otros amigos, Sócrates expone un concepto de opinión muy semejante al concepto alemán tradicional:

-¿Entonces piensas que la opinión es más oscura que el conocimiento pero más clara que la ignorancia? -le pregunté.

-Mucho más -respondió.

-¿Se encuentra entonces entre ambos?

-Sí.

-¿La opinión está, pues, entre los dos?

-Exactamente

(Platón 1900, 165-166).

La opinión se encuentra en una situación intermedia. Para Platón, no carecía completamente de valor. Sin embargo, muchos otros autores la distinguían sólo negativamente del conocimiento, la creencia y la convicción. Kant (1893, 498) caracterizó la opinión como «un juicio insuficiente, tanto subjetiva como objetivamente». Los anglosajones y los franceses, por el contrario, veían la opinión (*opinion*) como algo más complejo. Prescindían de lo valioso o inútil que pudiera ser y la interpretaban como el acuerdo unificado de una población o de un determinado segmento de población. El filósofo social inglés David Hume la llamó *common opinion* (opinión común) en una obra publicada en 1739 (Hume 1896, 411). A la opinión inglesa y francesa subyacía un sentido de acuerdo y de comunidad.

Acuerdo que exige reconocimiento

A partir de lo que hemos aprendido sobre la espiral del silencio, la interpretación inglesa y francesa tiene mucho más sentido que la preocupación alemana por el valor o la falta de valor de la opinión. Los individuos observarían el consenso de su medio y lo compararían con su propia conducta. No tiene que tratarse necesariamente, pues, de un consenso de opinión; puede tratarse de opciones de conducta: llevar una insignia o no llevarla, ceder el asiento a un anciano o permanecer sentado en un transporte público. Para el proceso de la espiral del silencio no importaba que una persona se aislase mediante una opinión o mediante una conducta. Estas consideraciones nos hicieron ver que, en la definición buscada, había que entender la opinión como expresión de algo considerado aceptable, teniendo en cuenta, pues, el elemento de consenso o acuerdo presente en el uso inglés y francés del término.

Tres significados de «público»

La interpretación de «público» demostró ser al menos tan difícil como la de «opinión». Muchos estudiosos han discutido sobre el concepto de «público». Como afirmaba Habermas, «el uso de "público" y de "lo

público" muestra una multiplicidad de sentidos distintos» (1962, 13). Para empezar, está la acepción legal de «público», que subraya el aspecto etimológico de «apertura»: es lo abierto a todo el mundo -un lugar público, un camino público, un juicio público- en cuanto distinto de la esfera privada (del latín *privare*), que es algo distinguido o apartado como propio. Encontramos un segundo significado en los conceptos de derechos públicos y poder público. En este caso, «público» denota alguna implicación del Estado. Según este segundo uso, «público» está relacionado con los intereses públicos como se expresa, por ejemplo, en la frase «la responsabilidad pública de los periodistas». Esto significa que se trata de asuntos o problemas que nos atañen a todos, relacionados con el bienestar general. Los Estados basan el uso legal de la fuerza en este principio: el individuo ha cedido a los órganos del Estado la posibilidad de aplicar la fuerza. El Estado tiene el monopolio del uso de la fuerza. Por último, en la expresión «opinión pública», «público» debe tener un significado relacionado con los anteriores pero diferentes. Algunos teóricos del derecho como Ihering y von Holtzendorff se han maravillado ante el asombroso poder de la opinión pública para hacer que el individuo se someta a los reglamentos, las normas y las reglas morales sin recurrir a la ayuda de los legisladores, gobiernos o tribunales. «Es barata»: así elogió a la opinión pública el sociólogo estadounidense Edward Ross en 1898 (1969, 95). La equivalencia de «opinión pública» y «opinión predominante» es un factor común presente en sus múltiples definiciones. Esto sugiere el hecho de que algún tipo de adhesión a la opinión pública crea las condiciones que impulsan a obrar a los individuos, incluso contra su voluntad.

La piel social

El tercer sentido de «público» podría caracterizarse como psicosociológico. El individuo no vive sólo en ese espacio interior en el que piensa y siente. Su vida también está vuelta hacia afuera, no sólo hacia las otras personas, sino también hacia la colectividad como un todo. En determinadas circunstancias (pienso en la famosa distinción de Ferdinand Tönnies entre *Gemeinschaft* y *Gesellschaft* -comunidad y sociedad-), el individuo expuesto queda protegido por la intimidad y familiaridad infundida, por ejemplo, por una religión compartida. Pero en las grandes civilizaciones el individuo está aún más expuesto a las exigencias de la sociedad (Tönnies 1922, 69, 80). ¿Qué es eso que «expone» continuamente al individuo y le exige que atienda a la dimensión social de su medio? Es el miedo al aislamiento, a la mala fama, a la impopularidad; es la necesidad de consenso. Esto hace que la persona desee prestar atención al entorno y se vuelva así

consciente del «ojo público». Los individuos corrientes siempre saben si están expuestos a u ocultos de la visión pública, y se comportan en consecuencia. Es cierto que las personas parecen diferir mucho en el modo en que les afecta esta conciencia. El individuo atiende con inquietud a esta corte anónima que reparte la popularidad y la impopularidad, el respeto y el escarnio.

Los intelectuales, fascinados por el ideal del individuo emancipado e independiente, apenas han caído en la cuenta de la existencia del individuo aislado temeroso de la opinión de sus iguales. Se han dedicado, por el contrario, a explorar otros muchos significados y dimensiones posibles del concepto, a menudo en estériles ejercicios académicos. Han investigado el contenido de la opinión pública, partiendo del supuesto de que versa sobre temas importantes, de «relevancia pública». También han estudiado de quién es la opinión que se puede considerar opinión pública, concretamente la de los miembros de la comunidad que quieren y pueden expresarse responsablemente sobre los asuntos de relevancia pública ejerciendo así una misión de crítica y control del gobierno en nombre de los gobernados. Asimismo han reflexionado sobre las formas de la opinión pública, identificándolas como las que se expresan abiertamente y son, por ello, accesibles para todos: las opiniones que se hacen públicas, especialmente las que se hacen públicas en los medios de comunicación de masas. Sólo el aspecto psicosociológico de «público» parece haber sido prácticamente olvidado en todas las definiciones de este concepto formuladas en el siglo XX. Sin embargo, éste es el sentido que la gente percibe en su sensible piel social, en su naturaleza social.

Opiniones que pueden expresarse en público sin aislarse

En los capítulos anteriores he intentado identificar elementos que parecen estar relacionados con el proceso de la opinión pública y son investigables empíricamente: 1. la capacidad humana de percibir el crecimiento o debilitamiento de las opiniones públicas; 2. las reacciones ante esta percepción, que impulsan a hablar más confiadamente o a callarse; 3. el temor al aislamiento que hace que la mayor parte de la gente tienda a someterse a la opinión ajena. Con estos tres elementos podemos construir una definición operativa de la opinión pública: opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse. Esta definición nos va a servir de pauta inicial para nuestras investigaciones posteriores.

Hay que completar, por supuesto, esta interpretación de la opinión pública, ya que sólo se aplica a situaciones en las que las opiniones compiten entre ellas, cuando las nuevas ideas emergentes están

encontrando aprobación o se están desmoronando las concepciones existentes. Ferdinand Tönnies pensaba -en su *Kritik der öffentlichen Meinung* (Crítica de la opinión pública), de 1922- que la opinión pública existía en diversos grados o estados de agregación: sólido, fluido y gaseoso (1922, 137-138). Utilizando la analogía de Tönnies, la espiral del silencio sólo aparece en el estado fluido. Por ejemplo, cuando un bando habla de *Radikalenerlass* -exclusión de extremistas de la función pública- y el otro de *Berufsverbot* -obstaculización del derecho personal a ejercer una profesión-, cada bando tiene su propio idioma y podemos comprobar el movimiento de la espiral del silencio observando la frecuencia con que la mayoría utiliza cada término. Cuando las opiniones y las formas de comportamiento se han impuesto, cuando se han convertido en costumbre o tradición, no podemos seguir reconociendo en ellas un elemento de controversia. El elemento de controversia, requisito esencial para que pueda haber aislamiento, sólo se activa tras una contravención, cuando se ha violado una opinión pública, una tradición o una moral firmemente establecida. A finales del siglo XIX, Franz von Holtzendorff (1879-1880, 74) habló de la «censura moral» de la opinión pública, y von Ihering (1883, 340) la llamó la «inspectora de todo lo moral», despojándola de cualquier rasgo intelectual. Esto es lo que quería decir cuando se refería a la consciente o inconsciente «reacción práctica de la comunidad... ante la lesión de sus intereses, una defensa para la propia protección» (Ihering 1883, 242). Hay que completar la definición de la opinión pública porque, en el terreno de las tradiciones, la moral y, sobre todo, las normas consolidadas, las opiniones y comportamientos de la opinión pública son opiniones y comportamientos que hay que expresar o adoptar si uno no quiere aislarse. El orden vigente es mantenido, por una parte, por el miedo individual al aislamiento y la necesidad de aceptación; por la otra, por la exigencia pública, que tiene el peso de la sentencia de un tribunal, de que nos amoldemos a las opiniones y a los comportamientos establecidos.

La opinión pública como aprobación y desaprobación

¿Puede una definición correcta ignorar lo que se ha presentado como opinión pública en cientos de libros, es decir, sólo la opinión sobre asuntos de significado político? Según nuestra definición, la opinión pública -se refiera al cambio o a la defensa de posiciones establecidas y consolidadas- no está restringida a ningún tema particular. De lo que se trata es de la aprobación o la desaprobación de opiniones y comportamientos observables públicamente. Se trata de la aprobación o la desaprobación perceptible para el individuo. La espiral del silencio

es una reacción ante la aprobación y la desaprobación patente y visible en el marco de constelaciones cambiantes de valores. Tampoco hay restricción respecto al tema de quién es el portador de la opinión que hay que tener en cuenta. Desde este punto de vista, la opinión pública no les pertenece sólo a los que sienten esa vocación o a los críticos talentosos, al «público políticamente activo» de Habermas (1962, 117). Todos estamos implicados.

Un viaje por el pasado: Maquiavelo, Shakespeare, Montaigne

Para comprobar si el concepto de opinión pública como se ha desarrollado a partir de la espiral del silencio está bien fundamentado, podemos retroceder doscientos años hacia el país en que apareció por primera vez el término «opinión pública»: la Francia del siglo XVIII. En una famosa novela publicada por primera vez en 1782, *Les liaisons dangereuses* (Las amistades peligrosas), Choderlos de Laclos utiliza de pasada el término *l'opinion publique* como una expresión corriente. El pasaje de Laclos narra un intercambio epistolar entre una mujer sofisticada y una joven dama. La mujer mayor aconseja a su amiga que evite la compañía de un hombre de mala reputación: «Creéis que será capaz de cambiar a mejor, sí, y supongamos que este milagro ocurra. ¿No persistirá la opinión pública contra él, y no bastará esto para modificar en consecuencia vuestra relación con él?» (Choderlos de Laclos 1926, 1:89).

Aquí vemos actuar a la opinión pública como un tribunal de justicia en esferas muy alejadas de la política y de las personas especialmente caracterizadas por sus opiniones políticas. La autora de la carta da por sentado que ese grupo anónimo y vagamente descrito, denominado opinión pública, influirá tanto en la receptora de la carta que le inducirá a modificar consecuentemente su comportamiento. Pero podemos retroceder aún más en el pasado, a una época anterior a la que vio nacer la expresión «opinión pública». Allí encontramos el mismo tribunal anónimo juzgando y, aunque con un nombre diferente, muestra un conflicto casi idéntico. Shakespeare describe una conversación entre el rey Enrique IV y su hijo, el futuro Enrique V. El rey reprende a su hijo porque se le ve demasiado a menudo en mala compañía. Debería tener más en cuenta la opinión. La opinión es de la mayor importancia. El rey dice que la opinión le ha elevado al trono: «La opinión que me dio la corona» (*Enrique IV*, 1ª parte, tercer acto). Si Shakespeare podía emplear en la escena tan decididamente el término «opinión» a finales del siglo XVI, no es sorprendente que la expresión más larga «opinión pública» no se acuñara en Inglaterra sino en Francia. El término inglés *opinion* parecía contener un grado suficiente de «publicidad» -esa cualidad de tribunal de justicia creador

y destructor de reputaciones- como para necesitar en absoluto el complemento del adjetivo «pública».

La idea de que un gobernante o un futuro rey debiera prestar atención a la opinión de su medio, de su público general, no era ciertamente nada extraño o nuevo para Shakespeare. Su siglo estaba familiarizado con *El príncipe* (1514), de Maquiavelo, con secciones importantes que aconsejaban a los gobernantes el mejor modo de tratar al público. Nunca hay, dice Maquiavelo, más que unos pocos que «sientan» un gobierno o, podemos traducirlo, que se sientan directamente afectados por él. Pero todos lo ven, y todo depende de que parezca, a ojos de quien lo ve, poderoso y virtuoso. «Al vulgo le guían las apariencias.» «No es, pues, necesario que el príncipe tenga todas las cualidades deseables [misericordia, fidelidad, humanidad, sinceridad, religiosidad, etc.], pero sí mucho que parezca tenerlas.» El príncipe, decía Maquiavelo, debe evitar todo lo que pueda suscitar el odio o hacerle parecer despreciable. Debe esforzarse para que la gente esté satisfecha con él (Maquiavelo 1950, 64-66, 56, 67; Rusciano s.f., 35, 40, 33, 25, 37).

En la advertencia de Enrique IV a su hijo subyacía una teoría que Maquiavelo expuso así en sus *Discursos sobre la primera década de Tito Livio*: «No hay mejor muestra del carácter de un hombre que las compañías que frecuenta. Y por eso, muy apropiadamente, el que tiene compañías respetables adquiere un buen nombre, ya que es imposible que no haya ninguna semejanza de carácter y de costumbres entre él y sus conocidos» (Maquiavelo 1971/1950, 509-511; Rusciano s.f., 64).

Nos encontramos en la primera mitad del siglo XVI, pero apenas tenemos la sensación de habernos introducido en una época en la que la gente fuera menos sensible que actualmente ante la importancia de la buena reputación, o ante el tribunal crítico de la opinión pública.

Maquiavelo y Shakespeare nos han proporcionado, sin embargo, una nueva intuición, concretamente la de que el tribunal de justicia llamado opinión pública no sólo hace temblar por su reputación a la genticilla sin importancia. También los príncipes, los señores y los gobernantes están sometidos a sus dictados. Maquiavelo le advierte al príncipe al que intenta instruir que, para gobernar, tiene que conocer plenamente la naturaleza de sus súbditos (Maquiavelo 1971, 257). El poder del pueblo estriba en su capacidad de rechazar el gobierno del príncipe y destronarlo si no presta atención a sus deseos (Rusciano s.f., 49).

El descubridor de la dimensión pública: Montaigne

En la Universidad de Maguncia iniciamos algunos estudios literarios sistemáticos elaborando un cuestionario de veinte preguntas sobre

textos en lugar de sobre personas. ¿Contiene un texto determinado el concepto de opinión pública o conceptos relacionados con éste? ¿Describe el miedo al aislamiento? ¿Describe conflictos entre el individuo y la colectividad, entre la opinión dominante y la opinión desviada? «Peinamos» los textos como podríamos «peinar» el campo: la Biblia, mitos, cuentos de hadas, obras de filósofos, ensayistas, poetas.

En un texto de Wilhelm Bauer (1920), que escribió varias obras sobre la opinión pública, Kurt Braatz -un estudiante de doctorado- encontró un comentario que indicaba que Maquiavelo había utilizado el concepto en italiano. Pero no aportaba ninguna cita, y no pudimos localizar el pasaje. Aunque las traducciones inglesas de Maquiavelo han utilizado la expresión *public opinion*, los *Discorsi* emplean términos como *opinione universale* (1, 58), *commune opinione* (11, 10) o *pubblica voce* (111, 34).

Pensábamos que para determinar el significado de «opinión pública» teníamos que ver cómo empezó a usarse el concepto, en qué contexto, a partir de qué observaciones, igual que se puede conocer mejor una planta estudiando su hábitat. Nuestras expectativas quedaron confirmadas. Michael Raffel (1984) resumió los descubrimientos de su tesina de licenciatura en un artículo titulado «El creador del concepto de opinión pública: Michel de Montaigne». En la edición de 1588 de sus ensayos, unos setenta años después de la aparición de los *Discorsi* de Maquiavelo, Montaigne utilizó en dos ocasiones el sustantivo colectivo *l'opinion publique*. Explicó por qué sus escritos estaban salpicados de tantas citas de escritores de la antigüedad de esta manera: «En realidad, la opinión pública es la que me hace presentarme con todos estos adornos prestados» (Montaigne 1962, 1033). La segunda vez que empleó la expresión «opinión pública» fue al tratar la cuestión de cómo podían cambiarse las costumbres y las ideas morales. Según Platón, decía, la pederastia era una pasión peligrosa. Para combatirla, Platón aconsejó (en *Las leyes*) que la condenase la opinión pública. Pidió que los poetas representasen ese vicio como execrable, creando así una opinión pública sobre el tema. Aunque la nueva opinión negativa pudiera ir en contra de la opinión mayoritaria, podría, si se presentase como la opinión predominante, acabar siendo aceptada por los esclavos y los hombres libres, por las mujeres y los niños, y por toda la ciudadanía (ibíd., 115).

No es casual que Montaigne se fijara tanto en la naturaleza social del hombre y en la fuerza de la notoriedad, la aprobación pública y la condena pública. Por lo que sé, todos los intelectuales o escritores que han hecho alguna contribución importante al tema de la opinión

pública habían adquirido antes experiencia de primera mano sobre ella. Maquiavelo escribió tras un cambio de gobierno en Florencia, después de haber sido acusado de participar en una conspiración, encarcelado, torturado y después liberado, y haberse retirado a sus propiedades de San Casciano. La experiencia de Montaigne era triple. En primer lugar, tuvo la experiencia de su familia inmediata. El sistema corporativo medieval había empezado a cambiar. Un grupo recién formado de ciudadanos ricos pero no aristocráticos luchaba para que se reconociese su igualdad de derechos con la nobleza. Se estaba librando una batalla sobre los códigos del vestir y los símbolos de posición social -qué pieles, qué joyas, qué clases de tela se adecuaban al rango-, una batalla sobre las formas de vida públicas, visibles. Montaigne fue testigo de esto en su propia familia. Su familia paterna se había enriquecido con el comercio del vino y los tintes, y había comprado el Château Montaigne en 1477. Su padre había añadido «de Montaigne» al apellido de la familia. Montaigne había adquirido en su casa la sensibilidad respecto a los símbolos y las nuevas formas de comportamiento.

Más importante aún fue la experiencia del cambio de creencias, la lucha religiosa entre católicos y protestantes iniciada cuando Lutero expuso sus noventa y cinco tesis en 1517. Esa lucha adoptó en Francia la forma de las guerras de religión (1562-1589). Montaigne se lamentaba de que no hubiera manera de escapar de las guerras en ningún lugar de Francia, y de que la ciudad de Burdeos, de cuyo *parlement* era miembro, estuviera especialmente alborotada y perturbada por los continuos enfrentamientos. Había que observar cuidadosamente el medio social y la fuerza respectiva de los bandos, y adaptar en consecuencia el propio comportamiento. Después de todo, de tres a cuatro mil hugonotes fueron asesinados en París en la famosa masacre de la noche de San Bartolomé (23 de agosto de 1572), y otros doce mil murieron en el resto de Francia.

Éstas fueron, sin duda, las circunstancias que impulsaron a Montaigne a retirarse de la vida pública en su treinta y ocho cumpleaños (28 de febrero de 1571). Hizo poner una inscripción sobre la entrada de su biblioteca de la torre del Château Montaigne en la que se decía que deseaba pasar el resto de sus días allí en paz y en soledad. En este lugar escribió sus famosos *Ensayos*. Acabó volviendo a la vida pública, siendo nombrado alcalde de Burdeos en 1582, y viajó en diversas misiones diplomáticas por toda Europa. Por eso fue muy consciente del contraste entre la vida pública y la vida privada, y del modo en que en los diferentes países se mantenían distintas convicciones, en todos los casos consideradas vinculantes. «¿Qué clase de verdad es la que está limitada por montañas y se torna

mentira al otro lado de esas montañas?», se pregunta (Montaigne 1962, 563). «Si las montañas pueden poner límites a la "verdad", la opinión debe tener un aspecto social y su reino unos límites rigurosos» (203). «Así que Montaigne ve las opiniones predominantes como vinculadas a un lugar y un tiempo determinados, como una realidad social observable con una validez sólo temporal. Sólo las legitima el hecho de que se presenten como opiniones sin alternativa, obligatorias: ...de modo que, en realidad, no tenemos pautas de verdad y de razón aparte de los ejemplos e ideas, de opiniones y hábitos que vemos todos los días a nuestro alrededor» (Raffel 1984).

Alternando en su vida etapas esencialmente públicas y esencialmente privadas, Montaigne se convierte en sus escritos en el descubridor de la dimensión pública. Divide su vida conscientemente en dos partes: «El hombre sabio debe retirar la mente internamente de la muchedumbre vulgar, y conservar esa misma libertad y poder de juzgar libremente sobre todas las cosas; pero, en asuntos externos, debe seguir estrictamente las modas y formas recibidas de la costumbre» (Montaigne 1962/1908, 129). Para Montaigne, la esfera pública tiene sus propias leyes intrínsecas. Es una esfera dominada por un consenso enemigo de la individualidad. «Ni una entre mil de nuestras acciones habituales nos concierne como individuos» (Raffel 1984). Montaigne inventa múltiples conceptos nuevos para este nuevo elemento. Acuña el término le publique y, además del nuevo concepto *l'opinion publique*, habla de *l'opinion commune* (Montaigne 1962, 174), *l'approbation publique* (ibíd., 1013) y la *référence publique* (ibíd., 9).

¿Por qué entonces el concepto *opinion publique* no se impuso hasta un siglo y medio después? «Quizá una carta de un amigo de Montaigne, Etienne de Pasquier, a un conocido pueda ayudarnos en este punto», sugiere Michael Raffel. Pasquier se lamenta de que Montaigne se tome frecuentemente la libertad de emplear palabras inhabituales «que, si no me equivoco, le costará poner de moda» (Raffel 1984; Frame 1965).

John Locke, David Hume y Jean-Jacques Rousseau leyeron a Montaigne; pero éste no se convirtió en un escritor de moda hasta la segunda mitad del siglo XVIII, en la década anterior a la Revolución Francesa.

Tras nuestra descripción de las investigaciones empíricas en los capítulos anteriores, nuestra búsqueda por el pasado nos ha conducido hasta la primera aparición del concepto de opinión pública en el siglo xvr. Todo lo descrito como opinión pública, opinión general, aprobación pública y decoro público en las obras que hemos examinado nos resulta tan notablemente relacionado con el trabajo empírico, que es como si estuviéramos viendo reunirse dos pa-

normas que fueran uno en realidad. Esto nos anima a seguir buscando evidencias históricas con la esperanza de que nos ayudarán a comprender mejor la opinión pública.

5. La ley de la opinión: John Locke

En su *Essay Concerning Human Understanding* (Ensayo sobre el entendimiento humano), publicado en 1671, John Locke (1894, 1:9) cuenta que solía reunirse regularmente para conversar con cinco o seis amigos en su piso de Londres. Estas reuniones daban lugar a fascinantes discusiones en las que, sin embargo, no hacían ningún progreso. Se les ocurrió que quizá no estuvieran empleando la aproximación correcta y que tal vez alguna otra les podría resultar más provechosa. Esta idea les pareció muy convincente a los amigos de Locke, que le pidieron que redactara unas notas sobre el curso de la conversación antes de que volvieran a reunirse. Cumplió el encargo escribiendo más y más notas, y a partir de ellas acabó naciendo el libro.

El Londres de 1670 debía de ser una ciudad maravillosa. Se discutía por todas partes: en el Parlamento, en las redacciones de los periódicos, en los cafés y en los círculos privados. Lo que Locke, poco antes de cumplir cuarenta años, había puesto por escrito -escrito sin coherencia, decía, y no para hombres grandes y doctos- tenía la frescura de las primeras horas de un día de verano.

Locke, sin embargo, se lamentaba tras la publicación del libro: «La imputación de novedad es una acusación terrible entre los que juzgan las cabezas de los hombres, como lo hacen con sus pelucas, por la moda, y no pueden tolerar que se tenga razón fuera de las doctrinas recibidas. La verdad nunca ha tenido en su primera aparición voces a su favor. Las nuevas opiniones siempre resultan sospechosas, y suelen encontrar oposición sin más razón que la de no ser todavía comunes. Pero la verdad, como el oro, no lo es menos por estar recién sacada de la mina» (1893, 1:4).

Hay que distinguir tres tipos de leyes, dice Locke. La primera, la ley divina; la segunda, la ley civil; y la tercera, la ley de la virtud y el vicio, de la opinión o la reputación o -Locke emplea el término indistintamente- la ley de la moda.

Locke expone así la tercera ley: «Para comprenderla correctamente hay que tener en cuenta que, cuando los hombres se unen en sociedades políticas, aunque entreguen a lo público la disposición sobre toda su fuerza, de modo que no puedan emplearla contra ningún conciudadano más allá de lo que permita la ley de su país, conservan sin embargo el poder de pensar bien o mal, de aprobar o

censurar las acciones de los que viven y tienen trato con ellos» (1894, 1: 476).

Reputación y moda: pautas de un lugar determinado en un momento determinado

La medida de lo que en todas partes se llama y se considera «virtud» y «vicio» es esta aprobación o desagrado, alabanza o condena, que se establece por un consenso secreto y tácito en las distintas sociedades... del mundo, y por la que distintas acciones suscitan crédito o reprobación de acuerdo con el juicio, los principios o las modas del lugar... Pero nadie escapa al castigo de su censura y desagrado si atenta contra la moda y la opinión de las compañías que frecuenta...

No hay uno entre diez mil lo suficientemente firme e insensible como para soportar el desagrado y la censura constantes de su propio círculo. El que pueda vivir satisfecho en un descrédito y una deshonra continuos ante su propia sociedad tiene que ser de condición extraña e insólita. Muchos hombres han buscado la soledad, y se han acostumbrado a ella; pero nadie que tenga el menor entendimiento o sentido humano puede vivir en sociedad con la continua aversión y mala opinión de los familiares y las personas con las que trata. Es un peso demasiado grande para poder sufrirlo (Locke 1894, 1: 476, 479).

La descripción es completa: el tribunal de la opinión pública obliga a los hombres a amoldarse por miedo al aislamiento. Pero la obra de John Locke no le proporcionó felicidad. Perseguido por sus enemigos, modificó el pasaje en la tercera edición de su libro, sustituyendo las frases más altisonantes (1: 476-477, n. 1).

Se le acusó de relativizar el bien y el mal, y de hacerlo de un modo destructivo. Se dijo que había transformado lo que procedía de la ley divina en tema de consenso entre los individuos particulares. Se le acusó de degradar las cuestiones morales convirtiéndolas en cuestiones de moda. Incluso parecía ignorar lo que constituye la ley, que, como todos saben, es la autoridad; algo de lo que, indudablemente, carecen los individuos particulares. La autoridad es lo propio de la ley, más concretamente, la autoridad y el poder para obligar a su cumplimiento. Locke escribe:

Creo que debo decir que el que se imagina que el encomio y la ignominia no son motivos suficientemente fuertes como para que los hombres se adapten a las opiniones y las reglas de aquellos con los que tienen trato, demuestra poco conocimiento de la naturaleza o la historia de la humanidad. Porque notaremos que la mayor parte de ésta se guía principal, si no únicamente, por esta *ley de la moda*. Y por

eso hacen lo que mantiene su buena reputación entre sus conocidos, teniendo poco en cuenta las leyes de Dios o las del juez.

Algunos, o, mejor dicho, la mayor parte de los hombres, reflexionan pocas veces seriamente sobre los castigos que conlleva el incumplimiento de la ley de Dios. Y muchos de los que lo hacen piensan en una reconciliación futura mientras están infringiendo la ley, permaneciendo tranquilos a pesar de sus infracciones.

Y en cuanto a los castigos derivados de las leyes del Estado, se forjan ilusiones con la esperanza de la impunidad. Pero *nadie* que atente contra la *moda* y la opinión de las compañías que frecuenta, y a las que se encomendaría, se libra del castigo de la censura y el desagrado de éstas (1: 476-477; subrayados míos).

Locke esboza una terminología de tres niveles: se habla de deberes y pecados respecto a la ley divina; de lo legal y lo ilegal respecto a la ley civil; de virtud y vicio respecto a la ley de la opinión y de la reputación. Demuestra, con el ejemplo de un duelo, que estas tres normas no producen necesariamente los mismos resultados: «Por lo tanto, al desafío y la lucha con otro hombre... se le llama *duelo*. Si lo consideramos según la ley de Dios, merecerá el nombre de pecado; según la ley de la moda, en algunos países, será valor y virtud; y para las leyes municipales de algunos gobiernos, un grave delito» (1: 481-482).

Los métodos de investigación social del siglo XX nos han permitido ver cómo las personas perciben el ambiente de opinión de manera muy semejante a la observada por Locke. Éste describe la naturaleza social de los seres humanos con diversas expresiones. «Los hombres suelen basar su asentimiento y... apoyar su fe principalmente... [en] la *opinión ajena*... los hombres tienen razón siendo paganos en Japón, mahometanos en Turquía, papistas en España... Dicho de otro modo: lo que llamamos nuestra opinión no nos pertenece, sino que es un simple reflejo de las opiniones de los demás» (2: 367-368).

John Locke no pone límites de contenido a su «ley de la opinión»; pero subraya que lo que importa es el elemento evaluativo: siempre se expresa alabanza o censura. Caracteriza el consenso al que se aferran estas opiniones como un «consenso tácito y secreto» (1: 476). La existencia de algo misterioso en todo ello queda confirmada por la investigación del siglo XX.

Algo más atrae nuestra atención en la descripción de Locke: nos enfrentamos, dice, con la opinión, con la pauta de «ese lugar» (1: 477). Ese acuerdo, el cuerpo de opinión respetado por el individuo, existe en un lugar y un momento determinados. Los individuos, en consecuencia, pueden modificar su relación con la opinión trasladándose a algún lugar suficientemente lejano, y pueden esperar que,

con el tiempo, las cosas cambien. Las opiniones son transitorias. Aunque la expresión «opinión pública» no aparece en la obra de Locke, está presente indirectamente de dos maneras: primero en su idea de acuerdo, que sólo puede interpretarse como una cuestión de unidad social y, por lo tanto, pública; segundo en su insistencia en el «lugar», con su connotación de espacio público por excelencia⁴. «La ley de la opinión o de la moda» de Locke (1: 475-476) es más severa y menos benévola que el concepto desarrollado en Francia de *l'opinion publique*; pero él quería expresarla con esa dureza.

Locke no emplea la expresión «ley» frívola, fortuita o incidentalmente. Ni la emplea en el sentido del científico natural cuando habla de las leyes de la naturaleza. Se refiere a la ley en el sentido del derecho, y lo dice explícitamente: cuando una acción afecta a una ley, debe conllevar una recompensa o un castigo no intrínseco al propio acto (1: 476). Incluso la denominación de su ley es instructiva. Cuando Locke habla de «la ley de la opinión o de la reputación» se ve que su concepto de reputación casi envuelve completamente al de opinión. Casi significan lo mismo⁵.

John Locke habla continuamente de «moda» en su exposición del tema (1894, 1: 476, 478 sigs.). Esta peculiaridad del texto, que al principio resulta absurda, muestra en realidad, con especial claridad el carácter precursor de su pensamiento. La gente juzga las opiniones igual que las pelucas masculinas. Caracterizando insistentemente la opinión pública como «moda», Locke hace notar su naturaleza superficial y fugaz, lo ligada que está al lugar y al momento; pero también lo coercitiva que es mientras reina. Es evidente que utiliza el término como una clave para que no se le malinterprete. Esta opinión de la que habla en su «ley de la opinión o de la reputación» no puede considerarse una fuente de sabiduría política. Su valor intelectual es muy cuestionable, y habrá que buscar en otros lugares los criterios para evaluarlo.

Locke también insiste en conceptos como «reputación», es decir, en conceptos psicosociológicos que muestran la completa dependencia de los seres humanos respecto al medio social, a los muchos, a los otros. Como la gente tiende a desconfiar de las nuevas opiniones y a desdeñarlas precisamente porque son nuevas y todavía no están de moda, Locke busca autoridades clásicas para proveerse de munición.

⁴ El término inglés *place*, que hemos traducido como «lugar», también significa, entre otras cosas, plaza y calle. (N. del T.)

⁵ John Locke trató los aspectos negativos del juicio público además de los positivos, como se ve en su ensayo «Some Thoughts Concerning Education» (Algunas ideas sobre la educación), en Locke 1824, 8:1-210.

Cita un pasaje de Cicerón: «No hay nada mejor en el mundo que la integridad, la alabanza, la dignidad y el honor». Y después añade que Cicerón sabía muy bien que todos éstos eran nombres diferentes de la misma cosa (1: 478).

¿De la misma cosa? ¿Y qué cosa es ésta?

Entendemos que todos ellos designan puntuaciones aprobatorias que el público otorga al individuo.

3. El gobierno se basa en la opinión: David Hume, James Madison

David Hume nació en 1711, siete años después de la muerte de John Locke. En su *Treatise on Human Nature* (Tratado de la naturaleza humana), publicado por primera vez en 1739 y 1740, Hume recoge las ideas de Locke y las convierte en una teoría del Estado. Aunque la gente pueda haber renunciado al uso de la fuerza a partir de la fundación del Estado, no ha entregado su capacidad de aprobar y desaprobado. Y como la gente tiende naturalmente a prestar atención a las opiniones y a amoldarse a las opiniones del medio, la opinión es esencial para los asuntos del Estado. El poder concentrado de opiniones semejantes mantenidas por personas particulares produce un consenso que constituye la base real de cualquier gobierno. Hume se guía por el principio que afirma: «El gobierno sólo se basa en la opinión» (Hume 1963, 29).⁶

Nada resulta tan sorprendente a los que observan los asuntos humanos con mirada filosófica que la facilidad con que unos *pocos* gobiernan a *muchos*. Y la docilidad implícita con que los hombres someten sus propios sentimientos y pasiones a los de sus gobernantes. Si indagamos cómo se produce este milagro, descubriremos que los gobernantes no tienen nada que les sostenga excepto la opinión. El gobierno, pues, se funda sólo en la opinión. Y esta máxima se aplica tanto a los gobiernos más despóticos y militares como a los más libres y populares (ibíd., subrayados míos).

Con Hume, la perspectiva desde la que afrontamos el tema de la opinión se desplaza de la presión que ejerce sobre los individuos a la que ejerce sobre los gobiernos: exactamente el punto de vista que Maquiavelo le presentó al príncipe. Locke se fijaba en la gente normal, que estaba sometida a la ley de la opinión y la reputación en su existencia cotidiana, y que temía tanto a la desaprobación que ni a uno de cada diez mil le habría dejado indiferente el desprecio de sus vecinos. Locke investigó la naturaleza humana en general en el *Essay Concerning Human Understanding*. Hume centró su interés en el gobierno. Su ambiente era la corte, la diplomacia y la política. También él temía los castigos con que amenazaba la ley de la opinión o de la reputación a cualquiera que suscitase desaprobación, y, precavidamente, publicó su primera obra, *A Treatise of Human Nature*,

⁶ Le agradezco al profesor Ernst Vollrath de la Universidad de Colonia una estimulante correspondencia mantenida sobre este tema.

anónimamente. Sin embargo, y de acuerdo con su amor a la vida elevada, era menos sensible a los castigos que a las recompensas que, según la ley de la opinión, esperan a los que reciben aprobación y reconocimiento.

El amor a la fama: el lado luminoso de la opinión pública

Hume titula «Del amor a la fama» (1896, 316-324) el capítulo en que trata sobre la opinión pública. Tras describir cómo la virtud, la belleza, la riqueza y el poder -es decir, las condiciones objetivamente ventajosas- hacen sentirse orgullosos a los hombres, y cómo los oprimen la pobreza y la servidumbre, sigue así: «Pero, además de estas causas originales de orgullo y humildad, hay una causa secundaria en las opiniones de los demás, que tienen la misma influencia sobre los afectos. Nuestra reputación, nuestra fama, nuestro nombre son razones de enorme peso e importancia. Las otras causas de orgullo -la virtud, la belleza y la riqueza- influyen poco cuando no las secundan las opiniones y los sentimientos de los demás... [Hasta] a los hombres de mayor discreción e inteligencia... les resulta muy difícil seguir su propia razón o inclinación si se opone a la de sus amigos y sus compañeros cotidianos» (316).

Hume, que anhelaba disfrutar de una buena vida (describe con entusiasmo las ventajas de la riqueza y del poder), se expresa en este pasaje como si las cosas dependieran principalmente de la buena opinión del grupo de referencia (utilizando un concepto de la sociología moderna). Su formulación enfatiza menos la publicidad, la aprobación y desaprobación de «ese lugar». Sin embargo, ve la magnitud de los efectos que se producen cuando los hombres quieren evitar enfrentarse con su medio. «A este principio», dice, «debemos atribuir la gran uniformidad que podemos observar en los humores y el modo de pensar de los que pertenecen a la misma nación» (ibíd.). Hume aprueba expresamente esta sensibilidad humana hacia el entorno y no la considera en absoluto como una debilidad (véase su *An Enquiry Concerning the Principles of Morals* -Una investigación sobre los principios de la moral-: «El deseo de fama, reputación o crédito ante los demás está tan lejos de ser condenable que parece inseparable de la virtud, el genio, la capacidad y un talante generoso o noble. La sociedad también espera y exige que, para agradar, se preste atención incluso a los asuntos triviales. Y a nadie le sorprende observar una mayor elegancia en el vestir y una conversación más amena en un hombre cuando está con otros que cuando se encuentra en su casa con su familia» (Hume 1962, 265-266).

Es bastante obvio que Hume no piensa mucho en los rechazados por la sociedad, los que sufren los castigos de la condena pública. Se

ocupa, por el contrario, de los que se hallan en el lado feliz, e intenta establecer un límite a partir del cual el amor a la fama podría ir demasiado lejos. «¿En qué consiste, si no, la vanidad, tan justamente considerada un defecto o imperfección? Parece consistir principalmente en un despliegue tan inmoderado de nuestras ventajas, honores y logros, una exigencia tan insistente y explícita de elogios y admiración, que resulta ofensivo para los demás» (266). Hume entiende con claridad que sus reflexiones se aplican ante todo a los círculos sociales más elevados. Escribe: «Tener en cuenta convenientemente... la posición social que se ocupa puede clasificarse entre las cualidades que resultan inmediatamente agradables a los demás» (ibíd.).

Ciertamente, Hume se mueve dentro del esquema general de Locke sobre la relación entre el individuo y el público situada en un «lugar» determinado, pero enfoca esta relación de un modo completamente distinto. Su idea del público es mucho más parecida a la que Habermas pensaba que los griegos daban por supuesta (Habermas 1962, 15): «Lo que es, brilla a la luz pública y todos pueden verlo. Cuando los ciudadanos se relacionan entre ellos, las cosas salen en la conversación y adquieren forma. Cuando esas mismas personas discuten entre ellas, los mejores se distinguen y alcanzan su ser, la inmortalidad de la fama... De este modo la ciudad-Estado ofrece un campo abierto para el éxito honorable. Los ciudadanos se relacionan entre ellos como iguales... pero todos se esfuerzan por sobresalir... Las virtudes catalogadas por Aristóteles se demuestran, una por una, en público, y es en público como se las reconoce» (Habermas 1962, 15-16).

Sin embargo, el elevado punto de vista de Hume en el que el espacio público es la arena en la que se reconocen los logros, no es compartido por otros autores del siglo XVIII que escribieron sobre la opinión pública en la misma época o después que él. El principio básico de David Hume, «El gobierno sólo se basa en la opinión», llegó a ser la doctrina de los padres fundadores de los Estados Unidos. Actualmente reconocemos el peso de la opinión en la esfera política; pero, a la vez, vemos de nuevo el papel del individuo con los ojos de John Locke.

El hombre es tímido y precavido

En *The Federalist* (El federalista), James Madison investigó cuidadosamente las implicaciones del principio, según el cual «todo gobierno se basa en la opinión». El dogma de esos ensayos tiene una gran fuerza y constituye el fundamento de la democracia estadounidense. Pero qué débil y vulnerable es la naturaleza humana que

se supone proporciona ese fundamento. «Si bien puede ser cierto», escribió Madison en 1788, «que todo gobierno se basa en la opinión, no lo es menos que el poder de la opinión sobre cada individuo y su influencia práctica sobre su conducta depende en gran medida del número de personas que él cree que han compartido la misma opinión. La razón humana es, como el propio hombre, tímida y precavida cuando se la deja sola. Y adquiere fortaleza y confianza en proporción al número de personas con las que está asociada» (Madison 1961, 340; Draper 1982).

Hallamos aquí esa valoración realista de la naturaleza humana y su aplicación a la teoría política a la que debemos volver en la segunda mitad del siglo XX. Los métodos de investigación de la opinión pública nos obligan a buscar explicaciones para lo que obstinadamente emerge en nuestras series de observaciones.

La amenaza, no la fama, pone en marcha la espiral del silencio

Si comparamos cómo trata David Hume el tema de lo individual y lo público y cómo lo tratan John Locke o James Madison, vemos una diferencia parecida a la que encontramos en nuestra primera interpretación del efecto del carro ganador. «Querer estar en el lado victorioso» es una interpretación: «no querer aislarse» es la otra. Lo que fascina a la primera es el espacio público como escenario en el que uno puede distinguirse; a la otra le impresiona el espacio público como amenaza, como un campo de batalla en el que se puede perder la reputación. ¿Por qué, entonces, nos debemos ocupar de la espiral del silencio y de su relación con la opinión pública menos como un ámbito en el que cosechar laureles que como una conminación, un amenazante tribunal público? Porque sólo la amenaza, el temor del individuo a encontrarse solo, tan intuitivamente descrito por Madison, puede explicar también el significativo silencio que descubrimos en el test del tren y en otras investigaciones, ese silencio que tanto influye en la construcción de la opinión pública.

Las épocas revolucionarias aguzan la capacidad de sentir la exposición pública como una amenaza

¿Podría ser que el talento de Locke y Madison para percibir las amenazas del público hubiera sido aguzado por las revoluciones que habían vivido? En épocas de cambios drásticos es muy necesario prestar atención a cómo hay que comportarse para no quedarse aislado. Cuando el orden de las cosas permanece estable, la mayor parte de la gente no choca con la opinión pública si no viola las normas corrientes de decencia; ni siquiera caerá en un remolino de la espiral del silencio. Lo que hay que hacer o decir o dejar de hacer o decir es

tan obvio que la presión de la conformidad actúa como la presión atmosférica bajo la que vivimos: no nos damos cuenta de ella. Pero en épocas prerrevolucionarias y revolucionarias se experimentan nuevas sensaciones. El apoyo de la opinión va abandonando a los gobiernos hasta que éstos acaban derrumbándose; y los individuos, perdida la confianza y la seguridad de lo que hay que alabar o condenar, intentan vincularse a las nuevas pautas. En esas épocas tan agitadas y bajo estas presiones resulta más fácil entender el funcionamiento de la opinión pública y hallar palabras adecuadas para describirlo.

1661: Glanvill crea el concepto de «clima de opinión»

En una época tranquila no esperamos encontrar a alguien concibiendo la ley completa de la opinión o de la reputación, con sus castigos y sus recompensas. Parece impensable, pues, que el filósofo inglés Joseph Glanvill hubiera podido acuñar en tiempos pacíficos el poderoso término que incluyó en su tratado sobre la vanidad del dogmatismo. Creó la expresión «clima(s) de opiniones» y la puso en cursiva en el texto. Escribió: «Así que ellos [los dogmáticos], que nunca se han asomado más allá de la creencia en la que sus cómodos entendimientos fueron adoctrinados inicialmente, están indudablemente seguros de la verdad y de la excelencia comparativa de lo que han heredado, mientras que las almas más grandes, que han trabajado los diversos climas de opinión, son más cautas en sus decisiones y más parcas al sentenciar» (Glanvill 1661, 226-227).

«Clima de opinión» ...sin duda podría suponerse que ésta es una expresión moderna, nacida en nuestra época. Esa suposición se debe a nuestra sensibilidad que, como la de Joseph Glanvill, está adaptada a unas circunstancias precarias y a unas convicciones que se han vuelto inciertas. Sin esas circunstancias vacilantes, el concepto de «clima» no nos resultaría interesante; pero, al margen de las experiencias de nuestros tiempos, podemos apreciar su pertinencia. El clima rodea totalmente al individuo desde el exterior. El individuo no puede escapar de él. Pero simultáneamente está dentro de nosotros, ejerciendo la mayor influencia sobre nuestra sensación de bienestar. La espiral del silencio es una reacción ante los cambios en el clima de opinión. La expresión «clima de opinión» representa mejor que la de «opinión pública» la idea de una distribución de frecuencias, de una fuerza relativa de las diversas tendencias contradictorias. El término «clima», además, trae a la mente la imagen del espacio y el tiempo, como el concepto de «campo» de Kurt Lewin; y «clima» también incluye el sentido más completo de lo «público». En épocas de revolución, como la nuestra, merece la pena buscar hechos que puedan revelar la naturaleza de la opinión pública.

Descartes comprendió intuitivamente la espiral del silencio

Descartes, a quien Glanvill admiró y elogió, vivió en Francia en circunstancias completamente distintas de las que Glanvill conoció en Inglaterra. La Inglaterra de Glanvill estaba desgarrada por la discordia, mientras que la Francia de la época de Descartes atravesaba un periodo de valores y jerarquías sociales universalmente aceptados. El pensamiento de Descartes ejemplifica la corrección de nuestra suposición de que, en los períodos revolucionarios, lo público se experimenta más como una amenaza, mientras que en los períodos de orden se experimenta más como un ámbito en el que uno puede enaltecerse. Descartes parece entender intuitivamente la espiral del silencio como un proceso que alimenta a la nueva opinión pública en desarrollo. Él sabía cómo mejorar su propia fama. En 1640 envió las *Meditaciones metafísicas* a «los más sabios e ilustres: el decano y los doctores de la sagrada facultad de teología de París». En una carta les pidió que, teniendo en cuenta el gran respeto público de que disfrutaban, dieran «testimonio público» en apoyo de sus ideas. Este ruego, decía, se basaba en la esperanza de que su apoyo pudiera «hacer fácilmente que todos los hombres de pensamiento y conocimiento aprobaran el juicio de ustedes. Y su autoridad forzaría a los ateos, que suelen ser más arrogantes que doctos o juiciosos, a superar su espíritu de contradicción; o podría posiblemente llevarles a defender los razonamientos aceptados como demostraciones por todas las personas respetables, para que no pareciera que no los entendían» (Descartes 1964/1931, 1: 136).

7. El lanzamiento del término «opinión pública»: Jean-Jacques Rousseau

¿Qué tipo de situación movió a Rousseau a utilizar por primera vez el término *l'opinion publique*?

Venecia, 1744: Rousseau, entonces en sus primeros treinta, es secretario del embajador de Francia. Es un año muy agitado. Francia, implicada en las guerras de sucesión de Austria, le ha declarado la guerra a María Teresa. El 2 de mayo de 1744 Rousseau escribe una carta a Amelot, el ministro francés de Asuntos Exteriores, disculpándose por haber advertido demasiado claramente al noble veneciano Chevalier Erizzo que la «opinión pública» ya le consideraba simpatizante de Austria (Rousseau 1964a, 1184). Le asegura a Amelot que su comentario parece no haber producido resultados adversos y que no volverá a cometer esa clase de errores. Rousseau utiliza aquí la expresión «opinión pública» en el mismo sentido en que una mujer sofisticada la utilizará más tarde en relación con ciertas liaisons dangereuses para aconsejar a una joven dama que ha prestado demasiado poca atención a su reputación: la opinión pública se considera en ambos casos como un tribunal de cuya desaprobación hubiera que protegerse.

Los que interpretan la opinión pública como un juicio político crítico respecto al gobierno, como sucedió a partir del siglo XIX, encontrarán poco apoyo en el uso de Rousseau. Recorrer sus obras en busca de ideas relacionadas con el tema de la opinión pública ha atraído poco a los historiadores y los politólogos.

Cabría esperar que el que lanzó el término *l'opinion publique* tuviera un sentimiento profundo ante el fenómeno, y la expectativa no se ve defraudada. Desde 1750, la preocupación por el poder de la opinión pública empapa los escritos de Rousseau. Pero como no tenía un principio organizativo que orientase su tratamiento del tema, hay que recurrir a alguna técnica específica para ofrecer un cuadro coherente. Christine Gerber (1975), estudiante de periodismo en Maguncia, fue la primera en realizar una investigación sistemática. Arrojó una red, por así decirlo, sobre las seis obras principales de Rousseau e investigó todos los pasajes en los que aparecían las palabras «opinión», «público», «publicidad» (*publicity*) u «opinión pública». Sirviéndose del análisis de contenido estudió los escritos rousseauianos de crítica social (1750-1755), *Julia o la nueva Eloísa*, *El contrato social*, *Emilio*, *Las confesiones* y la *Carta a d'Alembert* (1758). «Opinión pública» aparecía 16 veces; «opinión» unida a algún adjetivo o sustantivo diferente de «público», unas 100 veces; y «público» o «publicidad»,

106 veces. Estos últimos términos aparecían con mayor frecuencia, aparte de en el contexto de opinión pública, en relación con el respeto público. La primera investigación francesa sobre el tema fue una tesis doctoral de Colette Ganouchaud (1977-1978).

Lo público es lo que todos pueden ver

Esta investigación llega a la conclusión de que Rousseau era muy sensible ante el aspecto amenazante de la publicidad, de lo público. Su naturaleza solitaria le ofreció la oportunidad de adquirir una experiencia excepcional en este campo. «Sólo veía el horror de ser reconocido y proclamado en público y en mi presencia como un ladrón, un mentiroso y un calumniador» (Rousseau 1968, 1:122). «Todo esto no impidió a la excitada multitud, incitada no sé por quién, volverse contra mí poco a poco hasta la ira, hasta insultarme públicamente a la luz del día, y no sólo en pleno campo y en caminos rurales, sino incluso en medio de la calle» (2:398).

«A la luz del día», «no sólo en caminos rurales»: encontrarse a la vista de todos, sin protección del público, agravaba el mal. Ya la repetición de la expresión «respeto público» apunta claramente a que Rousseau relaciona la «opinión pública» con la «reputación», en la tradición de Maquiavelo, Locke y Hume, pero discute el concepto mucho más extensamente en sus escritos. Se debate entre evaluaciones ambivalentes. En términos sociales, la opinión pública parece una bendición, ya que fomenta la cohesión; pero, como hace adaptarse a los individuos a la moral y la tradición, es una fuerza conservadora, y protege a la moral de la decadencia. Su valor radica, pues, en sus funciones morales, no intelectuales.

La opinión pública como guardiana de la moralidad y de las tradiciones

Rousseau creía que la vida social había estado mejor regulada en el pasado remoto, cuando los salvajes vivían juntos en un Estado natural. Por eso sostenía que las formas más estables de la opinión pública -a saber, las costumbres y la tradición- eran los recursos más importantes que debía proteger una sociedad, ya que en ellos se recogían las cualidades esenciales del pueblo. Según Rousseau, el Estado se construye sobre tres clases de leyes: el derecho público, el derecho penal y el derecho civil. Después explicaba: «Además de estas tres clases de leyes hay una cuarta, la más importante, que no está grabada en mármol o en bronce, sino en los corazones de los ciudadanos; que forma la verdadera constitución del Estado; cuya fuerza se renueva cada día; que vivifica o reemplaza a las otras leyes cuando envejecen o desaparecen; que mantiene en el pueblo el

espíritu de sus instituciones originales y sustituye imperceptiblemente la fuerza del hábito por la de la autoridad. Me refiero a los modales, la moral, las costumbres y, sobre todo, a la opinión pública, un factor desconocido por nuestros teóricos de la política, pero del que depende el éxito de todos los demás» (Rousseau 1953, 58).

A mediados del siglo de la Revolución Inglesa, John Locke insistió en la relatividad: lo que exige la ley de la opinión o de la reputación, lo que se aprueba o desaprueba dependerá de las opiniones vigentes «en ese lugar». Para Rousseau, abrumado por el poder y el esplendor de la corte francesa de mediados del siglo XVIII, parece prevalecer la estabilidad. La cuarta ley está escrita en el corazón de todos los ciudadanos y sólo hay que protegerla de la corrupción y el deterioro. En *El contrato social* Rousseau inventa un tribunal especial, el «censor», un cargo que nunca había existido. Lo crea con el único objeto de fortalecer la opinión pública como guardiana de la moralidad pública. La única definición de opinión pública que encontró Christine Gerber en Rousseau en este contexto es ésta: «La opinión pública es una clase de ley administrada por el censor y que él, como el príncipe, sólo aplica en casos específicos» (Rousseau 1953, 140). Rousseau también explica la función del censor. «La censura conserva los modales y la moral evitando la corrupción de las opiniones, conservando su rectitud con medidas inteligentes y, en ocasiones, incluso determinándolas cuando todavía son dudosas» (141).

Un acuerdo tácito sobre una norma moral constituye, para Rousseau, la base sobre la que puede erigirse una sociedad, y ese consenso moral colectivamente estable es lo «público» de Rousseau: Esta personalidad pública suele llamarse el cuerpo político, y sus miembros lo llaman Estado» (Rousseau 1964d/1957, 424). Se sigue lógicamente que las divisiones partidarias no pueden ser beneficiosas. La sociedad tiene un único fundamento colectivo, que sólo puede verse amenazado por el egoísmo de los individuos particulares. Esta convicción representa la raíz de la hostilidad de Rousseau hacia lo privado como opuesto a lo público; una aversión que, en el siglo XX, encuentra su expresión más decidida en el neomarxismo.

Rousseau es muy cauto en su descripción del modo en que los censores influyen en las opiniones: «en ocasiones incluso determinándolas cuando todavía son dudosas» (1953, 141). Explica la tarea del censor pensando en estos «casos especiales». El censor fortalece lo mejor de las convicciones colectivas del pueblo. Expresa, proclama o hace tomar «conciencia», como diríamos actualmente, de esas convicciones. En cuanto el censor se «independiza» y afirma que hay acuerdo sobre algo sobre lo que de hecho no hay consenso po ular, sus palabras no producen efecto. No hallan respuesta y serán

iporadas (140). En este sentido, el censor es un instrumento, sólo un portavoz. Rousseau configura esta operación de opinión pública mucho más cuidadosamente que sus seguidores del siglo XX. Según Rousseau, no puede recurrirse a ninguna coacción. Todo lo que puede hacerse es que el censor recalque los principios morales básicos. El censor comparte esta limitación con el príncipe, tal como lo concibe Rousseau. El príncipe tampoco tiene medios de poder ni puede promulgar leyes. «Hemos visto», dice Rousseau, «que el legislativo pertenece, y sólo puede pertenecer, al pueblo» (60). La iniciativa de promulgar leyes procede, sin embargo, del príncipe. Para realizar esta tarea necesita una posición ventajosa desde la que sondear el clima de opinión, tarea «de la que se ocupa en secreto el gran legislador» (58). Las actividades del censor le ayudan en este trabajo de observación. El príncipe debe decidir qué convicciones del pueblo son lo suficientemente vívidas como para sostener una legislación. La ley sólo puede basarse en un acuerdo previo, en el sentido de comunidad que constituye el fundamento real del Estado. «Igual que un arquitecto, antes de levantar un gran edificio, observa y sondea el terreno para ver si va a poder soportar el peso, el legislador inteligente no comienza por redactar leyes buenas en sí mismas, sino que primero investiga si el pueblo al que van destinadas es capaz de soportarlas» (46).

Rousseau no especifica la relación exacta entre la *volonté générale* (que distingue de la *volonté de tous*, privada y egoísta) y la opinión pública. «Igual que la ley es el medio por el que se expresa la voluntad general, la censura es el medio de expresión de la opinión del pueblo» (140). La *volonté générale* podría imaginarse quizá como una consolidación de la opinión pública; y a su vez se consolida en las leyes que proceden de ella misma. «Las leyes no son otra cosa que verdaderos actos de la voluntad general» (98). David Hume afirmaba el poder legitimador de la opinión pública en su principio: «El gobierno sólo se basa en la opinión» (Hume 1963, 29). Rousseau también afirma lo mismo: «La opinión, reina del mundo, no está sometida al poder de los reyes; ellos mismos son sus primeros esclavos» (Rousseau 1967/1960, 73-74).

Rousseau especifica más a fondo en su *Carta a D'Alembert* quién podría ocupar el puesto de censor en Francia. Sorprendentemente para los que consideran a Rousseau un demócrata radical -«el legislativo pertenece, y sólo puede pertenecer, al pueblo»-, sugiere que el tribunal honorario de los mariscales de Francia sería el que mejor podría desempeñar el papel de censor (Rousseau 1962b, 176). De este modo proporciona el máximo prestigio al cargo. Para él, el peso del «respeto público» es un claro factor de influencia sobre el pueblo,

y no puede permitirse que surja ninguna disonancia a su respecto, so pena de que ese respeto público quede rápidamente destruido. Exige que el gobierno también esté sometido al censor, al tribunal honorario de los mariscales de Francia, siempre que éste proclame que algo pertenece a la opinión pública; es decir, siempre que exprese la aprobación o la desaprobación pública. Rousseau presenta aquí la opinión pública como autoridad moral. Quizá el premio Nobel alemán Heinrich Böll tuviera esta idea -y también este papel- en la mente, cuando habló del lamentable estado actual de la opinión pública de la República Federal Alemana: el cargo de censor no estaba en las manos adecuadas.

La idea de una concepción colectiva de lo bueno y lo malo en el pueblo indujo a Rousseau a acuñar un concepto que no llegaría a establecerse hasta el siglo XX: «la religión civil» (Rousseau 1953, 142). La idea de «religión civil» sólo pudo empezar a extenderse cuando descendió el número de creyentes en las religiones metafísicas. Como cabía esperar, el término «religión civil» designa una serie de principios que no pueden contradecirse en público sin quedar aislados; es decir un producto de la opinión pública.

La opinión pública como protectora de la sociedad y enemiga de la individualidad

Tal como la veía Rousseau, aunque la opinión pública fuera tan benéfica en su papel de guardiana de la moralidad pública, su influencia sobre el individuo era desastrosa. En la medida en que el individuo respetase esa opinión como guardiana de la moralidad -tanto por miedo al aislamiento, como para no exponerse al dolor de la desaprobación, «no sólo en pleno campo y en caminos rurales, sino incluso en medio de la calle»-, Rousseau nada tenía que oponer, a pesar del recuerdo de su propio sufrimiento. «El que juzga los modales y la moral juzga el honor, y el que juzga el honor adopta la opinión [de la gente] como su ley» (1953, 140).

La influencia desastrosa procede de la necesidad de distinguirse de la gente; del «amor a la fama», por citar el título del capítulo undécimo del tratado de David Hume; o, algo más modesta y sencillamente, de la necesidad humana de ser reconocido, de contar socialmente, de tener prestigio, de ser comparado favorablemente con los demás. La corrupción de la sociedad humana comenzó con esta necesidad, como explicó Rousseau en el ensayo que le hizo famoso en 1775, *Discurso sobre el origen y los fundamentos de la desigualdad entre los hombres*: «Finalmente, la ambición consumidora, el afán de incrementar las riquezas -menos por una necesidad genuina que por situarse por encima de los demás-, suscita en todos los hombres la

oscura inclinación a dañarse mutuamente» (Rousseau 1964, 175). «Mostraría cuánto domina nuestros talentos y capacidades este todopoderoso anhelo de reputación, honor y distinción que nos devora a todos; cuánto excita y multiplica las pasiones; cuánto convierte a todos los hombres en rivales o, peor aún, en enemigos» (ibíd., 189). El «salvaje» está libre de este impulso devorador. «El salvaje vive en sí mismo» (ibíd., 193), aunque desde el principio se haya diferenciado de los animales por el libre albedrío, la capacidad de empatizar y la de conservarse. Después comenzó el proceso que dio origen a la sociedad. Rousseau nos dice que, cuando «empezó a valorarse el respeto público» (Gerber 1975, 88), la naturaleza del hombre cambió. Ahora, afirma, debemos aceptar este hecho de nuestra naturaleza como irrefutable: «El hombre, como ser social, siempre está orientado hacia el exterior. Logra la primera sensación básica de la vida a través de la percepción de lo que los demás piensan de él» (Rousseau 1964, 193).

Según Rousseau, el hombre está dividido en dos seres; uno contiene su naturaleza real, sus «verdaderas necesidades», inclinaciones e intereses; el otro se configura bajo el yugo de la opinión. Explica la diferencia con el ejemplo del intelectual. «Siempre deberíamos distinguir las inclinaciones que proceden de la naturaleza, de las que proceden de la opinión. Hay una pasión por saber que sólo se basa en el deseo de ser respetado como una persona docta. Hay otra que nace del anhelo humano natural de conocimiento de todo lo que esté cerca o lejos, pueda interesarle» (1964d, 429).

Rousseau considera la compulsión al consumo como un efecto concomitante de la opinión pública: «En cuanto desean una tela por ser costosa, sus corazones han caído presos de la lujuria y de todos los caprichos de la opinión, ya que este gusto ciertamente no ha surgido espontáneamente en ellos» (1964d, 372).

No hay nada mejor que la legalidad, el honor, el respeto. Así citaba John Locke a Cicerón, y atribuía a estas cualidades una raíz común: la opinión favorable de la sociedad en que se vive. Rousseau, al que le preocupaba el contraste entre la verdadera naturaleza humana y la procedente de la opinión, intentó construir un concepto de honor que, en lugar de surgir de la estima ajena, resultase de la estima propia. «En lo que se llama honor, distingo entre lo que resulta de la opinión pública y aquello que es consecuencia de la estima propia. Lo primero consiste en prejuicios hueros, más cambiantes que las olas ondulantes» (1964c, 2:84).

Llegados a este punto, no podemos seguir ignorando la ambivalencia de Rousseau: a veces dice que la opinión pública es un prejuicio vacío y en otras ocasiones le asigna el objeto de proteger lo más

permanente y más valioso: las costumbres, la tradición y la moralidad. Es fácil descubrir esas contradicciones en Rousseau. Así, leemos en una ocasión: «Distinguir entre personas malvadas y personas honradas es un asunto de interés público» (1964b, 222-223).

Rousseau admiraba el arte con que los espartanos manejaban esa distinción: «Cuando un hombre de mala fama moral proponía algo acertado en la asamblea de Esparta, los éforos, sin hacerle caso, hacían que un ciudadano virtuoso realizara la misma propuesta. ¡Qué honor para uno, qué censura para el otro, aunque ninguno de ellos hubiera sido censurado o alabado!» (1953, 141-142). Aquí no puede dudarse de la valoración positiva que le merecía a Rousseau el respeto público. Y después leemos en *Emilio*: «¡Y qué, si el mundo entero nos lo reprocha! No buscamos la aprobación pública. Tú felicidad nos basta» (1964d, 758).

La transacción, elemento necesario de la relación con la opinión pública

En esa aparente contradicción Rousseau capta más claramente que nadie antes que él el aspecto esencial de la opinión pública, permitiéndonos reconocer por fin todas sus manifestaciones: representa una transacción entre el consenso social y las convicciones individuales. El individuo se ve obligado a buscar una solución intermedia, obligado por el «yugo de la opinión» y por su naturaleza vulnerable, que le hace depender del juicio ajeno y resistirse a la separación y al aislamiento. Así lo expresa Rousseau en Emilio: «Como depende tanto de su propia conciencia como de la opinión pública, debe aprender a conocer y a reconciliar ambas leyes, y sólo conceder la primacía a la conciencia cuando esas leyes se opongan» (1964d/1957, 731/346); en otras palabras, sólo cuando sea absolutamente imposible evitarlo.

«Tengo que aprender a soportar la censura y el ridículo»

La transacción puede producir resultados muy diferentes. Precisamente allí donde según David Hume debía complacerse a la opinión pública, en la elección de la ropa que se viste en público, Rousseau decidió manifestar su individualidad. Invitado por Luis XV al gran palco de proscenio del teatro real de Fontainebleau para el estreno de una opereta que éste había escrito, se presentó «sin aderezar», con una peluca mal peinada y sin empolvar, con ropa inadecuada para la fiesta y sin chaleco de brocado. «Me he vestido como siempre, ni mejor ni peor. Mi exterior es sencillo y descuidado, pero no está sucio ni desaseado. Mi barba tampoco lo está en sí misma, ya que nos la da la naturaleza y porque, según la época y la moda, en ocasiones puede

incluso ser un adorno. Quizá alguien me encuentre ridículo o insolente, pero, ¿por qué tiene que afectarme? Debo aprender a soportar el ridículo y la censura cuando no me los merezca» (citado en Harig 1978). Esta actitud implica el peligro de resistirse demasiado a transigir, como también entendió Rousseau. En *La nouvelle Héloïse* (Julia o la nueva Eloísa) leemos: «Me preocupa que el intrépido amor a la virtud que le da fuerzas para desdeñar la opinión pública pueda llevarle al otro extremo y hacerle hablar con desdoro de las sagradas leyes del decoro y de la decencia» (Rousseau 1964c, 623).

«Encontrar una forma de asociación que defienda y proteja la persona y la propiedad de cada miembro con toda la fuerza de la comunidad, y en la que cada uno, aunque unido a los demás, sólo se obedezca a sí mismo y permanezca tan libre como antes. Éste es el problema fundamental» (Rousseau 1953, 14-15).

8. La opinión pública como tiranía: Alexis de Tocqueville

Si el objetivo de nuestra investigación histórica es descubrir qué significaba el concepto de «opinión pública» para los que lo acuñaron, podemos concluir ya que hay buenas razones históricas para adoptar un concepto de la opinión pública basado en el miedo al aislamiento y en su resultado, la espiral del silencio.

Es posible que las sociedades difieran en el grado en que sus miembros temen el aislamiento, pero en todas las sociedades hay una presión hacia la conformidad, y el miedo al aislamiento es lo que da eficacia a esa presión. Stanley Milgram (1961) descubrió en sus experimentos que los noruegos eran ligeramente más conformistas que los estadounidenses, y los franceses un poco menos. Milgram extendió sus experimentos a Europa porque había surgido la sospecha de que el comportamiento conformista, tal como lo había establecido Solomon Asch, fuera una peculiaridad estadounidense.

De hecho, lo que Thorstein Veblen describió a comienzos del siglo XX como el comportamiento estadounidense de búsqueda de estatus en *The Theory of the Leisure Class* (Teoría de la clase ociosa, 1970; primera edición de 1899) era el mismo tipo de práctica condenada por Rousseau en su oposición a lo que Veblen llamaría después consumo conspicuo. La transacción entre la opinión pública y la naturaleza individual, usando la pareja de opuestos de Rousseau, favorecía en los Estados Unidos a la opinión pública y exigía el sometimiento del individuo. Así explicó y describió el fenómeno Tocqueville, el compatriota de Rousseau, en sus notas de viaje tituladas *La democracia en América* (1948: primera edición de 1835-1840).

Por lo que sé, Tocqueville fue el primer observador consciente del funcionamiento de la espiral del silencio. Tomó como ejemplo la decadencia de la Iglesia francesa antes de la Revolución, y mencionó siempre que pudo el significado de hablar y callar en relación con la opinión pública (1948, 1:263). Además, su enfoque de la opinión pública se parece mucho a lo que podemos conocer actualmente con los métodos empíricos de observación. Vio en su centro, como nosotros en la actualidad, el miedo al aislamiento y la tendencia al silencio. Tocqueville no escribió ningún libro sobre la opinión pública, ni tituló así ningún capítulo; pero su obra está llena de descripciones, valoraciones, explicaciones y análisis de las consecuencias de la opinión pública. No queremos decir que la considerase un fenómeno puramente norteamericano. Vio las características universales de la opinión pública y cómo afectaban también a Europa; pero creía que se

habían desarrollado más en los Estados Unidos y que allí habían asumido un papel que podrían jugar más adelante en Europa. Para Tocqueville la opinión pública era en los Estados Unidos una pesada presión, una carga, una coerción hacia la conformidad o, en términos de Rousseau, un yugo bajo el cual debía humillarse el miembro individual de la sociedad:

En las aristocracias los hombres poseen con frecuencia mucha grandeza y fuerza personal. Cuando se encuentran discordes con la mayoría de sus compatriotas se retiran a su propio círculo, donde hallan apoyo y consuelo. Esto no sucede en los países democráticos. En éstos el favor público parece tan necesario como el aire que respiramos, y discrepar de la muchedumbre es como no vivir. La muchedumbre no necesita leyes para coaccionar a los que no piensan como ella. Le basta la desaprobación pública. La sensación de soledad e impotencia los sobrecoge y les hace desesperar (1948, 2:261).

No conozco ningún país en que haya tan poca independencia mental y verdadera libertad de discusión como en América (1:263).

En cualquier Estado constitucional europeo se puede predicar libremente toda clase de religión o teoría política... porque no hay ningún país en Europa tan sometido a una autoridad única, como para que el hombre que eleva su voz por la causa de la verdad no quede protegido de las consecuencias de su atrevimiento. Si tiene la desgracia de vivir bajo un gobierno absoluto, el pueblo está a menudo con él. Si habita en un país libre, puede, si es necesario, encontrar cobijo tras el trono. El sector aristocrático de la sociedad lo apoya en algunos países, y la democracia en otros. Pero en los países en los que hay instituciones democráticas, organizadas como las de los Estados Unidos, sólo existe una autoridad, un factor de fuerza y de éxito, sin nada detrás (1:263).

Este único poder es, según Tocqueville, la opinión pública. ¿Cómo ha llegado a ser tan poderosa?

La igualdad explica el poder de la opinión pública

En la introducción de su libro sobre los Estados Unidos, Tocqueville escribió: «Entre las novedades que me llamaron la atención durante mi estancia en los Estados Unidos, nada me impresionó tan poderosamente como la igualdad general de posición entre la gente. Pronto descubrí la prodigiosa importancia que este hecho fundamental ejerce sobre todo el funcionamiento de la sociedad. Da una dirección determinada a la opinión pública y una determinada impronta a las leyes» (1948, 1:3).

Intentando descubrir las causas de esa tendencia insaciable hacia la igualdad, descubrió un proceso de alcance mundial (Tischer 1979, 18).

Si examinamos lo que ha sucedido en Francia cada medio siglo desde el siglo XI, no podremos dejar de notar que, al final de cada uno de estos períodos, se ha producido una doble revolución en el estado de la sociedad. El noble ha bajado en la escala social y el plebeyo ha subido. Uno desciende cuando el otro asciende. Cada medio siglo están más cerca, y pronto van a encontrarse. Esto no es exclusivo de Francia. En cualquier lugar que miremos percibiremos la misma revolución sucediendo en todo el orbe cristiano... El desarrollo gradual del principio de igualdad es, pues, un hecho providencial. Tiene todas las características principales de este tipo de hechos: es universal, es duradero, elude continuamente todas las interferencias humanas y todos los acontecimientos, al tiempo que todos los hombres contribuyen a su progreso... Todo este libro que ofrecemos ahora al público se ha escrito bajo la influencia de una especie de espanto religioso producido en la mente del autor por la visión de esa revolución irresistible que ha avanzado durante siglos a pesar de todos los obstáculos, y que sigue avanzando entre las ruinas que ha provocado. No es necesario que el propio Dios hable para que podamos descubrir los incuestionables signos de su voluntad (Tocqueville 1948, 1:6-7).

Tocqueville explica por qué la igualdad de categoría social causa el predominio de la opinión pública:

Cuando los rangos sociales son desiguales y los hombres distintos unos de otros en su condición, hay algunos individuos que disponen del poder de una mayor inteligencia, saber e ilustración, mientras que la muchedumbre está hundida en la ignorancia y en el prejuicio. Los hombres que viven en estas épocas aristocráticas son por ello inducidos naturalmente a configurar sus opiniones según el modelo de una persona superior, o de una clase superior de personas, y se oponen a reconocer la infalibilidad de la masa del pueblo. En las épocas de igualdad sucede lo contrario. Cuanto más se acercan los ciudadanos al nivel común de una posición igualitaria y semejante, tanto menos dispuesto está cada uno a tener una fe absoluta en un hombre determinado o una clase determinada de hombres. Pero su inclinación a creer a la multitud aumenta, y la opinión es más que nunca la dueña del mundo... En períodos de igualdad, los hombres no tienen fe en los otros debido a su semejanza; pero esa misma semejanza les da una confianza casi ilimitada en el juicio del común del pueblo. Porque parecería probable que, como todos cuentan con los mismos elementos de juicio, la mayor verdad debería ser la de la mayoría (Tocqueville 1948, 2:9-10).

Como vemos, Tocqueville interpreta la opinión pública como la opinión de la mayoría numérica.

Tocqueville afirma que se trata de la voluntad de Dios, a la que nadie puede resistirse. Pero le vence la simpatía por el destino del individuo en esa sociedad, cae en un hondo pesimismo sobre las consecuencias espirituales, y se rebela. Esto es lo que dice sobre el destino del individuo:

Cuando el habitante de un país democrático se compara individualmente con todos los que le rodean, siente con orgullo que es el igual de todos ellos. Pero cuando considera la totalidad de sus iguales y se compara con un conjunto tan grande, se siente inmediatamente abrumado por la sensación de su propia insignificancia y debilidad. La misma igualdad que le independiza de cada uno de sus conciudadanos, tomados en conjunto, le expone solo e inerme a la influencia de la mayoría (1948, 2:10).

Siempre que las circunstancias sociales son igualitarias, la opinión pública presiona las mentes de los individuos con una fuerza enorme. Los rodea, los dirige y los oprime. Y esto se debe mucho más a la propia constitución de la sociedad que a sus leyes políticas. Cuanto más se parecen los hombres, más débil se vuelve cada uno de ellos en comparación con todos los demás. Como no percibe nada que le eleve considerablemente por encima o le distinga de ellos, pierde la confianza en sí mismo en cuanto le atacan. No sólo desconfía de su fuerza, sino incluso duda de su derecho. Y se halla muy cerca de reconocer estar equivocado cuando la mayoría de sus compatriotas afirma que lo está (1948, 2:261).

Tocqueville describe cómo afecta la presión de la opinión pública no sólo a los individuos, sino también al gobierno. Elige como ejemplo el comportamiento del presidente estadounidense durante una campaña electoral. Mientras dura ésta, el presidente ya no gobierna en interés del Estado sino en interés de su reelección (Tischer 1979, 56). «Se amolda a sus gustos [los de la opinión pública] y sus animosidades, prevé sus deseos, anticipa sus quejas, se somete a sus anhelos más fútiles» (Tocqueville 1948, 1:138).

Tocqueville concede que la igualdad social puede tener también un efecto beneficioso. Como la autoridad ha sido destronada, la igualdad puede abrir las mentes de los hombres a nuevas ideas. Pero el individuo también puede, por otra parte, dejar por completo de pensar: El público «no convence de sus creencias, sino que las impone y hace que invadan el pensamiento de todos mediante una especie de enorme presión de la mente de todos sobre la inteligencia individual. En los Estados Unidos la mayoría se encarga de suministrar un sinnúmero de opiniones prefabricadas para el uso de los individuos, que quedan así liberados de la necesidad de crearse una opinión propia» (1948, 2:10).

Tocqueville reflexiona con tristeza sobre cómo en otros tiempos los pueblos democráticos fueron capaces de vencer a los poderes que «reprimían u obstaculizaban... la energía de las mentes individuales». Pero ahora, si «bajo el dominio de ciertas leyes [Tocqueville se refiere a la autoridad de la mayoría numérica] la democracia extinguiera esa libertad mental..., el mal sólo habría cambiado de aspecto. Los hombres no habrían encontrado el modo de vivir con independencia. Sólo habrían inventado... una nueva fisionomía de la servidumbre» (1948, 2:11).

«Hay aquí, y nunca lo repetiré demasiado», escribe Tocqueville, «hay aquí un tema para la reflexión profunda de los que consideran la libertad de pensamiento como algo sagrado, y que no sólo odian al déspota, sino también al despotismo. Yo, por mi parte, cuando noto que la mano del poder se apoya pesadamente en mi rostro, me preocupo poco de saber quién me oprime. Y no estoy más dispuesto a ponerme el yugo porque me lo ofrezcan las manos de un millón de hombres» (1948, 2:58).

Tocqueville plantea un tema sobre el que James Bryce, uno de los escritores clásicos estadounidenses sobre la opinión pública, centra su atención, unos cincuenta años después, en la cuarta parte de su libro *The American Commonwealth* (La nación americana; 1888-1889); a saber: la tiranía de la mayoría (2:337-344). Esa cuarta parte lleva -por fin- el título explícito de «La opinión pública». Pero por algún motivo la opinión pública nunca se trata con éxito cuando se aborda explícitamente y con completa racionalidad académica. Debe ser algo realmente muy irracional cuando todos los libros que tratan directamente el tema parecen fracasar. Esto vale también para las obras clásicas en alemán de la primera década del siglo XX: Wilhelm Bauer, *Die öffentliche Meinung und ihre geschichtlichen Grundlagen* (La opinión pública y sus bases históricas) (1914), y Ferdinand Tönnies, *Kritik der öffentlichen Meinung* (Crítica de la opinión pública) (1922).

«Nadie puede acusar a Bryce de adoptar un enfoque sistemático en su estudio de la opinión pública», escribió Francis G. Wilson cincuenta años después (1938, 426) refiriéndose al famoso libro. De hecho, las ciento y pico de páginas que Bryce dedica al tema recogen comentarios de los más diversos autores a los que se añaden sus propias observaciones, algunas de considerable interés. Recuérdese, por ejemplo, lo que dice sobre el «fatalismo de la muchedumbre» (Bryce 1888-1889, 2:237-364, esp. 327-336), donde describe por primera vez lo que después se llamaría la «mayoría silenciosa».

9. Creación del concepto de «control social» y marginación del de «opinión pública»

Entramos en el siglo XX con una definición de opinión pública de 1950: «Vamos a entender por opinión pública, para esta revisión histórica, las opiniones sobre asuntos de interés nacional expresadas libre y públicamente por personas no pertenecientes al gobierno que se creen con derecho a que sus opiniones influyan en o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno» (Speier 1950, 376).

Un concepto de opinión pública hecho a la medida de los investigadores y los periodistas

¿Cómo pudo «opinión pública» llegar a significar algo tan diferente de lo que había denotado durante siglos? Opiniones expresadas públicamente, influencia en el gobierno... reconocemos esta parte de la definición de Speier. Pero la otra parte es nueva: sólo cuentan las opiniones relativas a asuntos de interés nacional, sólo las opiniones de las personas cuyos juicios merecen respeto. Esto constituye una restricción radical del concepto, a la vez que un cambio cualitativo. Ya no se trata del término medio entre el conocimiento y la ignorancia, como lo concibió Sócrates. Se trata, por el contrario, de una fuerza de la opinión consciente de su influencia, situada cerca del gobierno y que se atribuye una capacidad de discernimiento igual o incluso mayor que la de éste.

Esa transformación requiere una explicación. ¿Cuándo perdió la opinión pública su sentido de reputación? Cuando empecé a hacerme esta pregunta, me sentía como si hubiera perdido el monedero y tuviera que volver a buscarlo. Eso fue a comienzos de los años sesenta, casi en la misma época en que caía en la cuenta, sin poder explicarla, de la notable discrepancia que había entre las curvas de las intenciones de voto y de las expectativas sobre el ganador de las elecciones. Tardé, no obstante, siete años en comprender que las dos cuestiones estaban relacionadas.

La tesis de Hume, según la cual «el gobierno se basa en la opinión», el relevante lugar que Rousseau concedía a la opinión pública en el Estado, la abrumadora fuerza de la opinión pública en los Estados Unidos... todo esto debe de haber tentado a los buscadores de Poder a presentarse como los representantes de la opinión pública. El trono de la opinión pública pareció quedar vacante en las diversas obras escritas hasta mediados del siglo XIX. En ese momento, sin embargo, una serie de pesados volúmenes empezaron a tratar el tema

sistemáticamente y a discutir qué clase de opinión pública sería la más beneficiosa para el Estado. La influencia de los filósofos, los investigadores, los escritores y los periodistas buscaba su propio lugar como verdadero representante de la opinión pública. En Jeremy Bentham ([1838-1843]1962, 41-46) o en James Bryce (1888-1889, 2:237-364, «La opinión pública») encontramos muchas observaciones psicossociológicas agudas; pero están mezcladas con exigencias normativas sobre el papel que debería desempeñar la opinión pública y a quién debería considerarse su representante. Incluso esta confusión estaba todavía lejos de la opinión pública conceptualizada por Speier (1950), Wilhelm Hennis (1957a) o Jürgen Habermas (1962), que no era más que un juicio político crítico.

Quitar la nieve de la acera como opinión pública

El punto de inflexión parece haber, ocurrido en los últimos años del siglo XIX. Entre 1896 y 1898, Edward A. Ross publicó una serie de artículos (reimpresos como libro en 1901) en la *American Journal of Sociology*. Parece que a partir de entonces la opinión pública perdió su centenaria connotación de presión hacia la conformidad y siguió existiendo sólo con el significado reducido de tribunal que criticaba y controlaba al gobierno (Ross 1969; Noelle 1966). Se conservó, sin embargo, algo del significado anterior. Por ejemplo, cuando el psicólogo social Floyd H. Allport (1937, 13) escribió «Hacia una ciencia de la opinión pública», el ensayo introductorio del primer número de la más tarde famosa *Public Opinion Quarterly*, utilizó la acción de quitar la nieve de la acera para ilustrar la eficacia de la opinión pública. Caracterizó la substancia de ésta con estas palabras: «Los fenómenos que hay que estudiar bajo el nombre de opinión pública son esencialmente modos de comportamiento... [Estos modos de comportamiento] se llevan a cabo frecuentemente con la conciencia de que otros están reaccionando ante la misma situación de un modo semejante». Pero a los investigadores contemporáneos, especialmente en Europa, estas ideas les irritaban más que les intrigaban.

Hasta que el miembro muerto se desprende del cuerpo social

¿Por qué los artículos de Edward A. Ross en el cambio de siglo ejercieron una influencia tan profunda que cambiaron el concepto de opinión pública? Para empezar, Ross hablaba como un segundo John Locke, y es realmente sorprendente que nunca mencionase a este autor.

El hombre ordinario, vital, puede ignorar el estigma social. El hombre cultivado puede zafarse del desprecio de sus vecinos, refugiándose en las opiniones de otros tiempos y círculos. Pero para la masa de la gente la condena y la alabanza de su comunidad son los verdaderos señores de la vida... Lo que desarma al americano moderno no es tanto el temor de lo que el común del pueblo irritado pudiera hacer, como la completa incapacidad de permanecer impasible en un torbellino de comentarios totalmente hostiles, de soportar una vida perpetuamente enfrentada a la conciencia y la sensibilidad de los que le rodean. Sólo al criminal o al héroe moral no le importa lo que los demás puedan pensar sobre él (Ross 1969, 90, 104, 105).

Estas palabras aparecen en el capítulo titulado «La opinión pública» de la obra de Ross. Pero este autor contempla la opinión pública como subordinada a un fenómeno que designa con el término nuevo que da título a su libro: *El control social*. El control social se ejerce en las sociedades humanas de muchas maneras, dice Ross. Puede ser completamente visible y estar institucionalizado, como por ejemplo en la ley, en la religión, en las fiestas nacionales o en la educación de los niños. Pero el control social también actúa bajo la forma de la opinión pública, que, aunque no esté institucionalizada, posee ciertas sanciones. Escribiendo sobre el control social más de medio siglo después, Richard T. LaPierre (1954, 218-248) dividió estas sanciones en tres categorías: sanciones físicas, sanciones económicas y, las más importantes, sanciones psicológicas. Éstas comienzan, quizá, cuando la gente deja de saludar a alguien y finalizan cuando el «miembro muerto se desprende del cuerpo social», en frase de Ross (1969, 92).

Ross concede una atención especial a las ventajas del control social mediante la opinión pública. Es «flexible» y «barata» en comparación con la ley (1969, 95). La vigorosa descripción de Ross tuvo un gran éxito y el «control social» se convirtió en un concepto establecido. La expresión tiene todo el atractivo de lo nuevo, y contiene todo lo que John Locke llamó una vez la ley de la opinión o de la reputación. Muchos sociólogos han estudiado el tema del control social, pero actualmente nadie identifica los controles sociales con la opinión pública. De este modo, desaparece el poder integrador ambivalente que constriñe tanto al gobierno como al individuo para que respeten el consenso social. La influencia sobre el individuo se llama ahora control social; la influencia sobre el gobierno se denomina opinión pública, que, como construcción intelectual, adopta enseguida carácter normativo. Queda así destruida la relación entre ambas clases de influencias.

10. El coro de lobos aulladores

¿Por qué están tan bloqueados los caminos? ¿Por qué tenemos que abrirnos paso entre los arbustos para buscar el verdadero significado de la opinión pública? ¿Qué función desempeña este fenómeno con un nombre tan anticuado? Un «concepto clásico» de nuestro «almacén tradicional de conceptos»; «no es posible abandonarlo simplemente ni tomar en serio su significado original»: así empieza el ensayo del sociólogo Niklas Luhmann «La opinión pública», editado por primera vez en 1970 (1971, 9). Como Walter Lippmann, cuyo libro *Public opinion* (La opinión pública) apareció en 1922, Luhmann descubrió características de la opinión pública que nunca antes se habían descrito (véase más adelante el capítulo 18). Ambos autores, sin embargo, han ayudado a borrar las huellas históricas del tema. Luhmann escribe: «Un vistazo a la historia intelectual demuestra que la creencia en la razón no podía mantenerse, así como tampoco la creencia en el poder de la opinión pública de ejercer un control crítico o cambiar el gobierno» (1971, 11). Pero, ¿quién despertó esta creencia? Ni Locke ni Hume, ni Rousseau ni Tocqueville.

Nada en la literatura moderna sobre la opinión pública me habría conducido a esas fuentes si no hubiera tenido una extraña experiencia un domingo por la mañana en Berlín, a comienzos del verano de 1964. En aquella época pasaba los fines de semana en Berlín para preparar mis clases de los lunes sobre métodos de investigación mediante encuestas en la Universidad Libre. Una sensación de despedida lo impregnaba todo, ya que en otoño me iba a ir a la Universidad de Maguncia como profesora de investigación de la comunicación. Esa mañana de domingo -ni siquiera había desayunado- algo parecido a un título de libro se presentó en mi mente. Pero no tenía nada que ver con los métodos de investigación demoscópica, ni con el trabajo que había planeado realizar ese día, ni nada que ver en absoluto con nada que pudiera recordar. Fui corriendo a la mesa y escribí en un pedazo de papel: «Opinión pública y control social». Inmediatamente supe de qué clase de título se trataba: un año y medio después fue el título de mi lección inaugural en Maguncia (Noelle 1966).

Fue este titulito en un pedazo de papel lo que me impulsó a volver al tema de la opinión pública y a buscar sus huellas históricas. ¿Por qué se había vuelto tan anticuado tratar ese tema como se había entendido durante siglos, vinculado a la sensible naturaleza social del hombre, a la dependencia humana respecto a la aprobación y la desaprobación de su medio? ¿No encaja acaso esa interpretación en la imagen que de sí mismo tiene el hombre moderno? ¿Va contra la maravillosa autoconciencia derivada de la emancipación lograda en

los últimos tiempos? Si es así, es fácil imaginar el malestar que producirán las siguientes comparaciones de las sociedades humanas y animales.

El miedo al aislamiento de los seres humanos se evita llamativamente como tema de investigación; pero se estudia detalladamente y sin inhibiciones en la investigación de la conducta animal. Los etólogos están tan preocupados por evitar las acusaciones de antropomorfismo, que a menudo se resisten a comparar la conducta animal con la humana. Erik Zimen escribe en *The wolf* (El lobo) (1981, 43) que «debemos ser sin duda muy cuidadosos al comparar la conducta humana y animal. Pautas de conducta que parecen similares pueden ejercer funciones completamente diferentes, mientras que otras de aspecto y origen filogenético completamente diferentes pueden realizar la misma función... Sin embargo, la observación comparativa de los seres humanos y los animales puede estimular nuevas ideas, que después habrá que comprobar con observaciones o experimentos precisos, especialmente cuando se investigan especies organizadas de modo tan semejante como el lobo y el hombre».

En cualquier caso, al lenguaje no le preocupa tanto su propia imagen, y no tenemos ninguna dificultad en entender la expresión «aullar con la manada» (de lobos). También podríamos hablar de «aullar con los perros». «Aullar en coro» es algo tan común entre los perros como entre los lobos, e incluso los chimpancés lo hacen en ocasiones (Alverdes 1925, 108; Lawick-Goodall 1971; Neumann 1981).

La mentalización para la acción conjunta

Según Erik Zimen, los lobos aúllan principalmente por la tarde, antes de ir de caza, y a primera hora de la mañana como preparación para las actividades matutinas. «El aullido de un lobo es un estímulo poderoso para que otro lobo se le una... Pero esto no sucede siempre. El aullido inicial de un animal de categoría inferior, por ejemplo, es un estímulo menos eficaz que el de un animal de rango superior» (Zimen 1981, 71). De los aullidos quedan excluidos todos los lobos oprimidos, los descartados y los rechazados. La semejanza entre la situación de los oprimidos y los descartados y la de los lobos de rango inferior muestra lo importante que es no aislarse y poder participar en lo que el investigador estadounidense de los lobos Adolph Murie (1944) llamaba «la reunión amistosa», es decir, aullar en coro. Ser un lobo descartado tiene la desventaja concreta de que le quitan la comida (Zimen 1981, 243).

¿Cuál es la función de los aullidos? Oigamos a Erik Zimen: «Esta restricción a "los de dentro" parece indicar que la ceremonia refuerza

la cohesión de la manada. Los lobos confirman, por así decirlo, sus sentimientos mutuos de amistad y cooperación. También los momentos en que aúllan sugieren que esto sirve para sincronizar y coordinar la inmediata fase de actividad. Los lobos que se acaban de despertar son mentalizados rápidamente para emprender la acción conjunta» (ibíd., 75).

La conducta en la bandada

Según una información de Thure von Uexküll, Konrad Lorenz también observó sincronización, capacidad de actuar conjuntamente, en las señales acústicas empleadas por las chovas⁷ para regular su conducta en la bandada.

La bandada de chovas, que vuela de día hacia los campos en busca de comida y por la noche hacia los bosques para dormir, utiliza los graznidos de algunas aves particulares para decidir un rumbo común. Si las rutas de esas aves no coinciden por la mañana o por la tarde, se puede observar a la bandada volando hacia atrás y hacia adelante durante un rato. Si los graznidos «llac» predominan sobre los «lloc», la bandada vuela hacia el bosque, o al contrario. Esto sigue así un tiempo hasta que todas las aves emiten sólo uno de los graznidos y la bandada entera vuela hacia el bosque o hacia el campo. Entonces la bandada está dispuesta a emprender una acción por acuerdo colectivo, ya sea la de buscar comida o la de ponerse a dormir. Hay un ánimo común o algo parecido a una emoción común. La bandada de chovas es, pues, una república regida por el voto (Uexküll 1963-1964, 174).

En *Sobre la agresión*, Konrad Lorenz titula el capítulo que dedica al comportamiento colectivo de los peces «El anonimato de la agrupación» (Lorenz 1966, 139-149).

La forma más primitiva de «sociedad» en el sentido más amplio del término es la agrupación anónima, cuyo ejemplo más característico es el banco de peces de mar. En el interior del banco no hay estructura alguna, no hay jefe ni subordinados, sino sólo un inmenso conjunto de miembros iguales. Éstos, por supuesto, se influyen mutuamente, y hay algunas formas muy sencillas de «comunicación» entre los individuos que forman el banco. Cuando uno de ellos percibe el peligro y huye, transmite su sensación a los demás, que han captado su miedo... La acción puramente cuantitativa y, en cierto modo, democrática de este proceso llamado «inducción social» por los sociólogos significa que un banco de peces es menos decidido cuantos más individuos contiene y cuanto más fuerte es el instinto gregario. Un pez que, por cualquier

⁷ Chova: Pájaro córvido, parecido al grajo o la corneja. (N. del T.)

motivo, empieza a nadar en una dirección no puede evitar dejar el banco y encontrarse en una situación de aislamiento. Entonces cae bajo la influencia de todos los estímulos calculados para llevarle de vuelta al banco (ibíd., 144-145).

El aislamiento, la pérdida de contacto con el banco, podría significar un peligro inmediato para la vida individual. Por esa razón, el comportamiento grupal parece perfectamente funcional, y tan beneficioso para la supervivencia del individuo como para la del grupo. ¿Qué sucede si un individuo no teme el aislamiento? Konrad Lorenz describe un experimento realizado por Erich von Holst con un foxino, pez perteneciente al género de la carpa.

Erich von Holst extirpó la parte anterior del cerebro a un foxino común, que es, en esta especie, la sede de todas las reacciones colectivas. El foxino ve, come y nada como un pez normal. Su única característica conductual aberrante es que no le importa abandonar el banco en solitario. Carece de la indecisión del pez normal, que, aunque quiera nadar en una dirección determinada, se vuelve tras sus primeros movimientos para mirar a sus compañeros y reaccionar de manera diferente si otros le siguen o si no lo hacen... si nuestro pez había visto comida o se alejaba por alguna otra razón, nadaba decididamente en una dirección determinada y el banco entero le seguía.

Lorenz comenta: «¡El defecto había convertido al animal descerebrado en un dictador!» (Lorenz 1966, 146).

Según los neurofisiólogos modernos, también en el cerebro humano hay ciertas zonas que supervisan la relación entre uno mismo y el mundo exterior (Pribram 1979), es decir, zonas susceptibles de ataque por el grupo anónimo. «Somos más vulnerables de lo que pensamos», dijo una vez el analista de las relaciones humanas Horst E. Richter (1976, 34). Quería decir que somos vulnerables al modo en que el medio nos juzga y nos trata. ¿Deben los seres humanos realmente esconder su naturaleza social como si se avergonzasen de ella?

«La razón humana es, como el propio hombre, tímida y precavida cuando se la deja sola. Y adquiere fortaleza y confianza en proporción al número de personas con las que está asociada»: así describía el fenómeno James Madison (Madison 1961, 340). En su libro *Les sociétés animales*, publicado en 1877, el sociólogo francés Alfred Espinas expresó ideas parecidas, basándolas en la investigación del biólogo A. Forel: «El valor de la hormiga crece en proporción exacta al número de compañeras y amigas del mismo género con las que se encuentra, y disminuye en la medida en que se separa de ellas. Cualquier habitante de un hormiguero muy poblado es mucho más

valiente que si perteneciera a una colonia muy pequeña. La misma obrera que se dejaría matar diez veces rodeada por sus compañeras sería extraordinariamente miedosa y evitaría la menor señal de peligro, si estuviera sola, aunque sólo fuese a veinte metros del hormiguero. Lo mismo sucede con las avispas» (citado en Reiwald 1948, 59).

¿Debemos crear la ficción de una opinión pública basada en el juicio crítico porque reconocer las fuerzas que realmente mantienen unida la sociedad no sería compatible con nuestro ideal del yo?

11. La opinión pública en las tribus de África y del Pacífico

El libro *The Forest People* (Los habitantes de la selva), del antropólogo Colin M. Turnbull (1961), describe la vida de los pigmeos de las selvas del Congo. Se nos muestra una vida feliz en el campamento: los hombres se reúnen todas las tardes para cantar en grupo; por la mañana los jóvenes despiertan a los durmientes con sus llantos y sus gritos. Antes de una cacería, el pueblo frecuentemente danza. Los hombres y las mujeres forman un círculo que abarca todo el campamento y cantan canciones de caza, palmorean, miran a derecha e izquierda y dan grandes saltos imitando así a los animales que esperan cazar.

En el trasfondo de esta bucólica escena suceden dramáticos conflictos. Cephu, un jefe de cinco familias que en otros tiempos era muy respetado, pero que ha caído en desgracia por su mala suerte en la caza, queda a menudo al margen de las empresas colectivas. Transgrede las reglas de la solidaridad tendiendo en secreto su red en la selva por delante de las redes de los demás participantes en la cacería. Los niños y las mujeres, que son los ojeadores, impulsan a los animales primero hacia la red de Cephu. Esa tarde, nadie habla con él y ni siquiera le ofrecen un sitio en la reunión nocturna de los hombres. Le pide a un joven patán que se aparte para hacerle sitio, pero el chico sigue sentado, y otra persona empieza una canción burlona sobre Cephu en la que dice que no es un hombre sino un animal. Desalentado, Cephu les comunica que renuncia a la carne de las presas que ha cazado. Su oferta es aceptada inmediatamente, y todos van a las chozas de la gente de Cephu, que están fuera del núcleo del campamento, y las saquean, buscando en todos los rincones y llevándose todo lo comestible, incluso la carne que ya se está guisando en un puchero puesto al fuego. Más tarde, ese mismo día, uno de los parientes lejanos devuelve a Cephu y los suyos un puchero lleno hasta el borde de carne y salsa de champiñones. Esa misma noche vuelve a verse a Cephu sentado en el círculo de los hombres que cantan en torno al fuego mortecino: ha vuelto a ser uno de ellos (Turnbull 1961, 94-108).

No se puede vivir solo

Otro incidente se refiere a un joven que ha sido descubierto manteniendo relaciones incestuosas con una prima suya. Nadie quiere darle protección en su choza, y los otros jóvenes de su edad le expulsan con cuchillos y lanzas de la aldea a la selva. Turnbull transcribe

el relato de un miembro de la tribu del joven: «Le han echado a la selva y tendrá que vivir allí solo. Nadie le aceptará en su grupo después de lo que ha hecho. Y morirá, porque no se puede vivir solo en la selva. La selva le matará». Después Turnbull dice que el informador, de un modo característico entre los pigmeos, rompió a reír contenidamente, palmoteó y añadió: «Lleva meses haciéndolo. Debe de haber sido muy estúpido para haberse dejado coger» (Turnbull 1961, 112). Era evidente que su estupidez era más importante que el propio incesto.

Esa misma noche se incendió la choza de la familia del joven y estalló una lucha entre las familias. Durante la lucha apenas se mencionó la causa original, el incesto, en el tumulto y la discusión general. Pero a la mañana siguiente se vio a la madre de la chica que había sido deshonrada ayudando a arreglar la cabaña de los que la habían afrentado, y tres días después el joven entró silenciosamente en el campamento por la tarde y se sentó de nuevo entre los solteros. Al principio nadie quería hablar con él, pero después una mujer le mandó una niña con un tazón de algo para comer, y el asunto quedó olvidado (ibíd., 113-114).

Las armas del mundo exterior: el desprecio y el ridículo

En los casos descritos por Turnbull se solucionaron los conflictos, pero no sin haber sido discutidos antes por el campamento entero. No hubo juez, tribunal ni jurado. No hubo procedimiento formal alguno, consejo que tomase decisiones ni jefatura. Cada caso se trató de modo que no se pusiera en peligro la cohesión del grupo. Una sociedad que vivía de la caza con redes tenía que conservar ante todo su capacidad de cooperación. Había dos medios para controlar a los miembros individuales: éstos temían sobre todo ser despreciados y hacer el ridículo. Esto recuerda la descripción de Edward Ross de la opinión pública como control social: «Es más eficaz que los juicios en tribunales, llega hasta el último rincón y es barata» (Ross 1969, 95).

Las tres clases de opinión pública de Margaret Mead

En los años treinta, Margaret Mead (1937) describió, bajo el título de «Mecanismos de la opinión pública entre los pueblos primitivos», tres clases de procesos de opinión pública que se encuentran entre los pueblos primitivos. Comprobó que la opinión pública era eficaz cuando alguien violaba las leyes, cuando había dudas entre la interpretación de las mismas y cuando surgía un conflicto o había que tomar una decisión sobre el comportamiento futuro o cuestiones de procedimiento. En estos casos había que establecer los pasos o las medidas necesarios para llegar a un consenso, y Mead pensaba que

los mecanismos de la opinión pública eran necesarios para mantener la capacidad de actuar de la comunidad.

El primer método que describe es parecido al de los pigmeos (Mead 1937, 8-9). Sólo funciona, dice, en comunidades relativamente pequeñas, de unas doscientas o, a lo sumo, cuatrocientas personas. Pone el ejemplo de la tribu arapesh de Nueva Guinea. En esta tribu la dependencia de reglas fijas es mínima y muchas normas tienen una corta vida; aparecen y vuelven a olvidarse. La comunidad existe casi sin un sistema de reglas. Apenas hay puestos estables de autoridad, y no hay instituciones políticas, jueces, tribunales, sacerdotes, médicos, brujos ni castas hereditarias de jefatura.

Comer juntos un cerdo

Mead describe, como un caso de resolución de conflictos, lo que sucede cuando un arapesh descubre un cerdo ajeno hozando en su huerto. No actúa de un modo que pudiéramos llamar espontáneo. Es, por el contrario, sumamente cuidadoso. En cualquier caso acabará matando el cerdo, porque ésa es la costumbre aceptada. Pero cuando el cerdo todavía está hozando en el huerto o inmediatamente después de haberlo matado y cuando todavía está sangrando por la herida causada por la lanza, el propietario del huerto llama a unos pocos conocidos para pedirles consejo: sus amigos, hermanos y cuñados. ¿Debe devolver el cerdo muerto a su dueño, que tendrá así al menos la carne para pagar los daños, o debe quedarse la carne y comérsela en compensación por la irritación y los destrozos causados en el huerto? Si estos amigos de su edad y situación le aconsejan la opción más conciliadora, que le devuelva el animal a su propietario, eso es lo que sucederá. Si defienden la opción más arriesgada, se buscará otro grupo de consejeros de más edad: el padre y los tíos. Si también están a favor de no devolver la carne, se pregunta finalmente a un hombre especialmente respetado. Si también se muestra de acuerdo, todos los consultados y el consultante se comerán juntos el cerdo para significar que estarían unidos y defenderían la decisión adoptada si ésta causara problemas, y para significar que estarían dispuestos a compartir cualquier consecuencia desagradable, como la magia negra o el odio del propietario del cerdo y sus allegados.

Las reglas poco claras o cambiantes exigen una gran atención

La averiguación del comportamiento que hay que adoptar en esas circunstancias para no quedarse aislado debe ser un proceso cuidadoso y minucioso, ya que no hay reglas claras. Continuamente se producen situaciones nuevas en las que el individuo debe decidirse a favor o en contra de algo. Cuando ha tomado una decisión, él y sus

compañeros deben defenderla vigorosamente. Por otra parte, las alianzas no duran mucho. La discordia desaparece pronto y, cuando surja el siguiente conflicto, se formarán nuevos bandos.

Es indudable que aquí nos encontramos ante procesos de opinión pública, ya que se dan todos los ingredientes: la controversia, los dos bandos, el intento de actuar evitando el aislamiento, la emoción que produce el saber que se está en lo cierto... todos estos factores desempeñan su papel. Podría cuestionarse que se trate de opinión verdaderamente «pública», que el elemento de «publicidad» esté realmente presente. Ciertamente, no está presente en el mismo sentido en que entendemos el término en la moderna sociedad de masas. Actualmente lo «público» implica anonimato, igualdad de oportunidades de acceso, que el individuo se encuentre entre una masa informe de personas cuyos nombres, rostros e idiosincrasia ignora. Los arapesh conocen a los miembros de su pequeña comunidad. Sin embargo, también experimentan la exposición pública ante esa sociedad que lo abarca todo y de la que nadie quiere ser separado, excluido o aislado.

El sistema dual o la mentalidad partidaria

Mead describe el segundo modo en que se realizan los procesos de opinión pública a partir del ejemplo de los iatmul, una tribu de cazadores de cabezas de Nueva Guinea (Mead 1937, 10-12). Aunque, como los arapesh, no tienen jefes ni autoridad central, son capaces de adoptar decisiones y de actuar eficazmente. A diferencia de los arapesh, no resuelven los conflictos induciendo a los individuos a buscar cuidadosamente la opinión mayoritaria. Los iatmul han desarrollado un sistema «dual»: la tribu se divide, según criterios formales, en dos bandos o facciones entre los cuales se deciden en cualquier momento las disputas que surjan. Mead cree que este procedimiento es necesario para conseguir consenso en unidades sociales más grandes (las tribus de los iatmul llegan a las 1.000 personas). Los individuos no adoptan un punto de vista particular en virtud del tema o porque hayan reflexionado sobre ello, sino porque su grupo apoya ese punto de vista. El modo en que se forman estos grupos y a cuál de ellos acaba perteneciendo el individuo parece arbitrario. Los nacidos en invierno pueden pertenecer a un bando y los nacidos en verano a otro. Los bandos pueden estar formados por los que viven al norte del cementerio contra los que viven al sur. O por los que por línea materna no pueden comer halcón frente a los que no pueden comer loros, los de línea paterna procedente del clan A frente a los de línea procedente del B, o los que pertenecen a dos grupos de edad distintos. El sistema sólo funciona porque estos grupos se

cruzan de múltiples formas. Personas que hoy son adversarios en un asunto serán aliados en otro mañana. De este modo, la comunidad nunca se separa, aunque se mantenga continuamente en un estado dual. Es decir, aplica un modelo de divisiones fáciles de lograr que corresponden a los bandos «a favor» y «en contra» que caracterizan todos los procesos de opinión pública.

Las decisiones no se alcanzan por consenso mayoritario. Las personas cuyos intereses se ven más afectados buscan una solución, y los miembros de cada grupo formal adoptan y repiten informalmente sus eslóganes. Mead piensa que en las sociedades modernas muchas cuestiones se deciden a través de arreglos duales similares: los militantes de partidos políticos y los miembros de grupos de interés o coaliciones regionales luchan apasionadamente en uno de los bandos, no por el asunto en sí, sino porque su bando ha adoptado una posición determinada. La solución a la que se llega al final depende de la fuerza relativa demostrada por los miembros de cada bando. La moderna terminología política muestra la relación directa de este mecanismo de opinión pública con nuestros sistemas actuales. El término «polarización» designa la forma dual que se produce cuando tenemos que elegir entre opciones opuestas. La expresión moderna «mentalidad partidaria» designa la actitud que Margaret Mead ejemplificó con los iatmul.

El individuo es impotente: el formalismo en Bali

Margaret Mead expone el tercer modo de mantener unida una sociedad con el ejemplo de los habitantes de la isla de Bali (1937, 12-14).

Lo primero que se percibe es un rígido orden ceremonial. La destreza legal decide las cuestiones debatidas. Todos los hombres adultos sanos pertenecen al consejo, y, con el paso de los años, van ascendiendo a posiciones cada vez más altas en esa institución, y adquieren la obligación de entregarse a una interpretación extremadamente concienzuda de las reglas heredadas. Supongamos que se les plantea el siguiente caso: una pareja se ha casado, pero han surgido dudas sobre si el matrimonio debe considerarse legítimo o incestuoso. Son primos carnales aunque a dos generaciones de distancia. Genealógicamente, la mujer es «abuela» del joven. Los matrimonios entre primos carnales están prohibidos. ¿Cuál es la clave del caso, la relación de primos carnales o la distancia de dos generaciones? Una amenazante tensión va creciendo durante un día entero. El consejo se reúne, y los jefes discuten una serie de argumentos, pero no llegan a ninguna conclusión. Nadie toma partido y no hay abogados de las familias implicadas. No se intenta determinar la

opinión predominante. Finalmente, el experto del consejo para asuntos relacionados con el calendario toma una decisión: el primer grado es el primer grado; hay que considerar el matrimonio como una violación de las reglas. Debe aplicarse, pues, el castigo que les corresponde a los que violan las reglas: el aislamiento. Se cogen las casas de ambos cónyuges y se llevan al sur, fuera de los límites de la aldea, donde quedan depositadas en la zona de castigo. Toda la población ayuda. La pareja ha sido expulsada: no puede volver a participar en ninguna reunión o acontecimiento en la aldea, excepto en las ceremonias relacionadas con los ritos funerarios.

¿Es también un mecanismo de opinión pública el modo en que resuelven los conflictos los balineses? La transición hacia otras formas de control social es, sin duda, sutil. Edward Ross no redujo en absoluto el control social a la opinión pública, sino que añadió explícitamente el sistema judicial. El modo de proceder de los balineses recuerda el funcionamiento de un sistema judicial, aunque sin leyes escritas ni alegatos de defensa. Los mandamientos divinos, los estatutos formales y la ley de la opinión -ciñéndonos a la tricotomía propuesta por John Locke- convergen y, en algunas circunstancias, no dejan al individuo ningún margen de maniobra para escapar a la condena al aislamiento, independientemente de lo cuidadoso que sea y de cuántas personas le apoyen.

Margaret Mead basa la utilidad de investigar la opinión pública entre los pueblos primitivos en la posibilidad de estudiar allí, de una manera puramente cultural, lo que en las sociedades modernas se ha tornado confuso. Podemos distinguir los procedimientos de los arapesh, los iatmul y los balineses por el grado en que el individuo puede o debe participar en el logro y el mantenimiento del consenso. Entre los arapesh, el individuo tiene que prestar una gran atención, porque las reglas son fluidas y lo correcto hoy puede ser incorrecto mañana, y uno puede encontrarse rápidamente desahuciado. En el sistema iatmul, el individuo sigue siendo importante como partidario de uno de los dos bandos. Entre los balineses, para los que la mayor parte de las reglas se han vuelto rígidas, los individuos pueden carecer de toda influencia. La gran sensibilidad que desarrollan los arapesh contrasta con el completo fatalismo de los balineses. En este último caso, el órgano cuasiestadístico que permite evaluar el entorno debe de atrofiarse.

El control de los vecinos

El método combinado de opinión pública de los zuni que describe Margaret Mead es fluido (1937, 15-16). Todos son observados y juzgados continuamente por sus vecinos. La opinión pública siempre

está presente como una sanción negativa. Esto afecta a todas las profesiones e impide que muchas acciones sucedan nunca. Si buscamos analogías modernas, podemos ver que, ciertamente, el control de los vecinos no sólo limita sino que también incita a ciertas conductas. En Europa, por ejemplo, una familia aerea la ropa de cama en la ventana por la mañana de una manera claramente visible para demostrar que cumple las normas de higiene. En algunas costumbres concretas se ve cómo se han desarrollado en otras culturas mecanismos de opinión pública como los de los zuni; por ejemplo, la prevención de no echar las cortinas por la noche para que los de fuera puedan ver las habitaciones iluminadas; la desaprobación de las vallas situadas entre los patios como símbolos de enemistad contra los vecinos; o el reparo a cerrar las puertas interiores de un hogar o de una oficina.

12. La toma de la Bastilla: opinión pública y psicología de masas

Estos relatos sobre Nueva Guinea o Bali podrían interpretarse fácilmente como aventuras exóticas. Por esa razón, Margaret Mead buscó paralelismos en Occidente para mostrar lo común de los diferentes procesos de opinión pública. Eligió como procedimiento semejante al de los arapesh un ejemplo familiar para sus lectores estadounidenses: el linchamiento (1937, 7). Creía que, en ambos casos, los individuos reaccionaban espontáneamente ante la situación planteada. Obraban como les parecía correcto y conseguían así un resultado político, aunque no hicieran esfuerzo alguno por llegar a un acuerdo colectivo.

Es raro que Margaret Mead no notara la enorme diferencia existente entre la situación del cuidadoso arapesh en cuyo jardín hoza un cerdo ajeno y la del individuo que participa en un linchamiento. El arapesh nunca se abandona a una acción espontánea «guiada por su propio sentir sobre el tema» (ibíd.). Afronta la situación con suma cautela, según la descripción de la propia Mead, ya que se encuentra sometido al control social e intenta asegurarse cuidadosamente el apoyo de algunos individuos influyentes. Esto lo logra, entre otros medios, dejándoles participar en la cena del cerdo, o insistiendo incluso en que lo hagan.

Estar en una muchedumbre descarga al individuo de la necesidad de vigilar el medio

Con los que participan en un linchamiento sucede exactamente lo contrario. Abandonan toda precaución. Dejan de ser individuos singulares escudriñados por otros que aprueban o rechazan su comportamiento y, en lugar de eso, la masa anónima los absorbe completamente. Así se liberan de los controles sociales que de otro modo espiarían todos los pasos que dieran a la vista, o al oído, del público.

El ejemplo moderno de Mead es un fenómeno que puede denominarse más adecuadamente una multitud espontánea. Leopold von Wiese (1955, 424) lo denomina una *konkrete Masse*, es decir, una masa de personas en contacto físico o al menos visual que, durante un breve lapso de tiempo, emergen y actúan juntas como un grupo, como si fueran un solo ser. Indudablemente esto no es lo que sucedía con el arapesh. El problema del cerdo invasor se solucionaba buscando el consenso de un conjunto de personas suficientemente respetables, pero cada participante seguía siendo una persona com-

pletamente separada y distinta, con un papel particular que desempeñar.

La clase de conducta que se produce en el linchamiento, o en los comportamientos colectivos en general, ha fascinado a los científicos y a las personas instruidas desde la Revolución Francesa y la toma de la Bastilla. En los siglos XIX y XX ha habido una inundación de ensayos y de libros sobre la psicología de las masas en torno a esta sorprendente manifestación de la naturaleza humana.

Desgraciadamente, esta literatura, de hecho, puede haber dificultado más que hecho avanzar la comprensión de los procesos de opinión pública. En el siglo XX se percibió al menos una difusa relación entre los disturbios de masas y la opinión pública, cuando no se los identificó, como hizo Margaret Mead. Esa concepción desdibujó, sin embargo, los elementos característicos del fenómeno psicosociológico de la opinión pública que habían sido delineados tan claramente por los escritores de los siglos XVII y XVIII.

¿Qué relación hay entre las explosiones psicológicas de las masas y la opinión pública? Parece útil iniciar esta indagación recordando la toma de la Bastilla, tal como la describió el historiador francés Taine.

Cada distrito sirve de centro, y el Palacio Real es el mayor de todos. De unos a otros circula un río de propuestas, quejas, discusiones y, simultáneamente, un río de humanidad que se abre camino o avanza a trompicones, sin otro guía que su propia fuerza y los accidentes que encuentra en el camino. Una multitud se amontona aquí, después allá. Su estrategia se limita a empujar y ser empujada. El gentío sólo consigue entrar en los lugares en que le dejan. Sólo logra entrar en los Inválidos con la ayuda de los soldados. Dis paran contra los muros de la Bastilla desde las diez de la mañana hasta las cinco de la tarde y sólo accidentalmente un disparo hiere a uno de los inválidos que se encuentran en las torres... Se disculpa a las masas como se disculpa a los niños, intentando a toda costa que causen los menores daños posibles. A la primera petición, el alcaide retira los cañones de las troneras e invita a la primera delegación a desayunar con él. Hace jurar a los hombres de la guarnición que no abrirán fuego si no los atacan. Acaba dejándolos disparar como último recurso para defender el segundo puente, después de haber advertido a los atacantes que iba a permitir abrir fuego a las tropas. En resumen, su clemencia, paciencia y tolerancia son extraordinarias y reflejan plenamente la concepción de lo humano de esta era. Las sensaciones novedosas del ataque y la resistencia, el olor a pólvora, la violencia del ataque vuelven loca a la gente. Parece que lo único que saben es que deben arrojarse contra esa montaña de piedra. Sus soluciones son del mismo nivel que sus tácticas: algunos creen haber capturado a la hija del alcaide y quieren quemarla para obligar a su padre a rendirse. Otros incendian una parte

saliente del edificio que está llena de paja, obstruyendo así su propio camino. «No se tomó la Bastilla por la fuerza», dijo el valeroso Elie, uno de los combatientes. «Se rindió antes de que pudieran atacarla.»

La capitulación se produce a condición de que no se haga daño a nadie. La guarnición no es capaz de disparar contra tantos seres vivos desde una situación tan segura como la suya, y, además, los soldados se sienten confusos ante la enorme multitud que tienen ante sus ojos. Los atacantes sólo son ochocientos o novecientos, pero el terreno que se extiende por delante de la Bastilla y las calles cercanas se encuentran llenos de curiosos que han acudido para ver el espectáculo. Como relata un testigo ocular, entre ellos hay «muchas mujeres elegantes y bien parecidas que han dejado sus coches a una cierta distancia». Desde la altura de los parapetos de la fortaleza debe de parecerles a los ciento veinte hombres de la guarnición que París entero se ha lanzado contra ellos. Son ellos los que bajan el puente levadizo y dejan entrar al enemigo. Todos han perdido la cabeza, los sitiados y los sitiadores; aunque éstos en mayor medida, ya que el triunfo los ha emborrachado. Apenas han entrado cuando empiezan a romperlo todo. Los que llegan después disparan contra los que han llegado antes, completamente al azar. La omnipotencia repentina y la libertad para matar son un vino demasiado fuerte para la naturaleza humana. El vértigo se apodera de ellos, se enfurecen y todo acaba en un delirio salvaje.

...La guardia francesa, que conoce las leyes de la guerra, intenta mantener su palabra, pero las masas que la siguen no saben con quién se encuentran y golpean violentamente sin orden ni concierto. Dispersan a los suizos que les han disparado porque los toman, por sus uniformes azules, por presos. En lugar de ellos, caen sobre los inválidos que les han abierto la Bastilla. Al que impidió que el alcaide volase la fortaleza le cortan la mano por la muñeca de un sablazo y le dan dos puñaladas. Su mano, que rescató un barrio de París, es llevada triunfalmente por las calles (Táine 1916, 66-69).

Esta escena de histeria de masas es muy diferente de lo que hemos definido aquí como opinión pública a partir del análisis empírico e histórico. La opinión pública reside en las actitudes y los modos de comportamiento que reciben una fuerte adhesión en un lugar y una época determinados; que hay que demostrar para evitar el aislamiento social en cualquier medio de opiniones establecidas; y que, en un medio de opiniones cambiantes o en una nueva área de tensión emergente, se pueden expresar sin aislarse.

¿Tienen algo que ver estos estallidos de la muchedumbre con la opinión pública? Existe un criterio sencillo para responder a esta pregunta. Todos los fenómenos de opinión pública implican una amenaza de aislamiento. Nos encontramos con una manifestación de la opinión pública siempre que los individuos carecen de libertad para

hablar o actuar según sus propias inclinaciones y deben tener en cuenta las opiniones de su medio social para evitar quedarse aislados. No cabe duda de que esto es lo que sucede en las situaciones de masa concreta o muchedumbre excitada. Tanto los que participaron en la toma de la Bastilla como los que sólo se amontonaron en las calles buscando sensaciones fuertes sabían perfectamente cómo debían comportarse para evitar el aislamiento: tenían que mostrar aprobación. También sabían qué clase de conducta los expondría a un aislamiento peligroso para su supervivencia, a saber: el rechazo y la crítica de las acciones de las masas. El carácter inequívoco, la intensidad de la amenaza de aislamiento contra cualquier desviado de la muchedumbre en estas situaciones agudas nos muestra que, en su raíz, la histeria de las masas es una manifestación de la opinión pública. Podríamos sustituir fácilmente la toma de la Bastilla por escenas actuales de acciones de masas, como el clamor unánime de un estadio de fútbol contra la decisión de un árbitro o contra un equipo que ha defraudado a sus seguidores. O en el lugar de un accidente: un gran Cadillac con la matrícula caducada ha atropellado a un niño. No importa si el niño se ha metido delante del automóvil o si tiene la culpa el conductor: todas las personas de la muchedumbre saben que no van a osar defender al conductor. O en una manifestación para protestar por la muerte de una víctima de la brutalidad policial: es imposible defender al policía.

Mientras en otras situaciones hay que orientarse, con mayor o menor dificultad, sobre las clases de comportamiento aceptables, en una escena de excitación de masas, éstos son diáfanos, como la luz del día. El entendimiento que une a los participantes y los vincula a la multitud puede tener, por supuesto, múltiples orígenes. Podemos caracterizar a partir de éstos los diferentes fenómenos de masas.

Una turba activa puede extraer su fuerza de elementos intemporales o pertenecientes al *Zeitgeist* (espíritu de la época). La circunstancia intemporal está relacionada con lo que Tönnies llamó los estados «sólidos» de agregación, y las temporales con los estados «fluidos». Las turbamultas basadas en elementos intemporales suelen proceder de reacciones instintivas: motines por hambre; la protección a un niño atropellado; el rechazo de un desconocido o un extranjero; el apoyo al propio equipo o nación. Goebbels, el ministro nazi de propaganda, se basó en esta clase de reacciones para enfervorizar un estadio lleno con su llamamiento: «¿Queréis una guerra total?».

Intemporal, o al menos no dependiente de circunstancias locales, sería la cólera colectiva contra la transgresión de las tradiciones morales compartidas. En contraste, podríamos decir que las manifestaciones de masas debidas a circunstancias fluidas, valores

cambiantes o nuevas concepciones valorativas están determinadas por circunstancias históricas particulares.

La masa concreta puede utilizarse como recurso estratégico para acelerar la difusión de nuevas ideas. En el curso normal de los acontecimientos hace falta un tiempo muy largo para que los individuos independientes de una masa dispersa acepten una idea nueva. Si se consigue organizar a los individuos en una masa concreta que favorezca la nueva idea, el proceso de cambio valorativo se acelerará porque la masa demuestra que la idea puede apoyarse en público sin riesgo de aislamiento. La masa temporal es un fenómeno típico de los períodos revolucionarios. Por lo tanto, la masa concreta puede servir como una clase enormemente intensificada de opinión pública.

La situación del individuo en una masa concreta es completamente distinta de la de un individuo en una masa latente. En una turba activa no necesita comprobar cuidadosamente lo que puede o debe expresar en público. En ella, el motivo principal, el miedo al aislamiento, desaparece. El individuo se siente parte de una unidad y no teme a ningún tribunal de justicia.

La opinión pública irritada puede producir tumultos espontáneos

Una turba (o masa concreta) también puede surgir de la descarga de una tensión existente entre el consenso y un individuo o una minoría que se oponga a unas normas inflexibles, unas reacciones instintivas o la adopción de nuevos sistemas de valores. La masa espontánea refleja así la naturaleza noble de la opinión pública: sus efectos se ejercen tanto hacia arriba como hacia abajo. Puede atacar tanto a instituciones o gobiernos cuyos principios o comportamiento hayan contradecido el consenso, como a los que no accedan a una exigencia de cambio. Los investigadores sociales han medido esas tensiones con encuestas representativas que pueden servir para predecir la explosión de movimientos revolucionarios. Se utilizan cuestionarios para averiguar cómo es la situación, según la entiende la gente, y cómo piensan que debe ser. Cuando la distancia entre ambas se amplía más allá de los límites habituales, aparece el peligro.⁸

En una masa abstracta o latente existe, a diferencia de la masa concreta, una reciprocidad de pensamiento y sentimiento que no es específica de un lugar, sino que produce condiciones favorables para el surgimiento de una masa concreta, o de lo que Theodor Geiger llamaba una masa «efectiva». Ésta se parece a la «comunidad

⁸ Leo Crespi, informe oral en la XXIV conferencia anual de la *American Association for Public Opinion Research* (Sociedad Americana para la Investigación de la Opinión Pública), Lake George, 1969.

clandestina» de Leopold von Wiese, tal como la describe en el siguiente texto.

En agosto de 1926 tuvieron lugar en París varios ataques violentos contra extranjeros. Tras un período de calma ocurrió otro grave incidente. La policía detuvo un autobús lleno de extranjeros cerca de un incendio, y les dijo que fueran por otro camino, ante la posibilidad de que el fuego se extendiese.

Parece que la multitud creyó que los extranjeros habían ido a ver el fuego e inmediatamente los atacó... Antes que la policía pudiera impedirlo, una buena lluvia de piedras dio la bienvenida a los pasajeros del autobús, y muchos resultaron heridos. Sólo la enérgica intervención de los guardias permitió liberar a los extranjeros. Entre los arrestados se encontraba un conocido pintor francés que decía había participado activamente en el apedreamiento del autobús... ¿Había una masa abstracta antes del incidente? Ciertamente, la comunidad clandestina de todos los que se sentían ultrajados por la explotación extranjera de su inflación monetaria. Era la masa desorganizada e innumerable de todos los que odiaban a los extranjeros (Wiese 1955, 424).

Las multitudes inestables no reflejan la opinión pública

El papel de las multitudes emocionales en el proceso de opinión pública -un proceso que siempre está intentando asentar un valor- es más claro cuanto más se acerca al «grupo organizado» (McDougall 1920-1921, 48 y sigs.). Un grupo organizado es un grupo que ha realizado un largo recorrido hacia una meta determinada y que está dirigido por algunas personas o por un grupo que ha originado o modificado deliberadamente una masa concreta, «efectiva». Es posible imaginar, por el contrario, masas primitivas, espontáneas, desorganizadas, que surgen en unas determinadas circunstancias sin ninguna meta establecida de opinión pública. Estas masas nacen con el único objeto de alcanzar el clímax emocional que se produce al participar en una turba espontánea: la sensación de reciprocidad, la intensa excitación, la impaciencia, la sensación de fuerza y de poder irresistible, el orgullo, el permiso para ser intolerante y sensible, la pérdida del sentido de realidad. A los miembros de estos grupos nada les parece imposible; pueden creer cualquier cosa sin ponderaciones prolijas; les resulta fácil actuar sin responsabilidad y sin exigencias de constancia. Es típico de esta clase de multitud que sea completamente impredecible en sus cambios de un objetivo a otro y que no pueda ser orientada o guiada, como en el caso del paso del «¡Hosanna!» al «¡Crucifícadle!».

Los relatos de muchedumbres inestables a lo largo de los siglos

son tan impresionantes, que estas imágenes se nos han grabado en la mente como el modo natural en que las opiniones se desarrollan en los grandes grupos. Hemos llegado a esperar súbitos cambios de opinión. Pero ni la suma de las opiniones medidas en las encuestas ni las estimaciones individuales sobre los climas de opinión muestran la inestabilidad que estos relatos nos hacen atribuir al «hombre masa». Las masas abstractas, latentes, y las masas concretas, efectivas, siguen leyes diferentes. En el primer caso se componen de personas con miedo al aislamiento; en el segundo, carecen de ese temor. La sensación de reciprocidad es tan penetrante en la masa concreta, que los individuos ya no necesitan asegurarse de cómo tienen que hablar o que actuar. En una unión tan densa son posibles incluso cambios dramáticos.

13. La moda es opinión pública

La gente encuentra cualquier situación emocionante, y a menudo estimulante, cuando forma parte de una multitud. Los métodos de investigación mediante encuestas nos permiten actualmente observar el entusiasmo que se produce cuando se celebra una olimpiada o un campeonato de fútbol, o cuando una serie televisiva de crímenes de tres capítulos vacía las calles, o cuando una población entera está pendiente de las hazañas de un héroe nacional. Hasta una campaña electoral produce entusiasmo.

¿Procede esta sensación de pertenencia de factores filogenéticos, de un estado de seguridad y de fuerza debido a que el individuo se libera por unos instantes del miedo al aislamiento?

La intuición estadística como nexo entre el individuo y la colectividad

«Nadie ha logrado aclarar cómo hay que concebir la relación entre la conciencia individual y la conciencia colectiva», escribió el psicólogo social británico William McDougall en *The Group Mind* (La mente grupal; 1920-1921, 30). Sigmund Freud pensaba que las estructuras colectivas como la «mente grupal» y la yuxtaposición del individuo y la sociedad eran construcciones innecesarias. Para Freud, situar a un lado al individuo y al otro la sociedad parecía «la ruptura de una relación natural». Según Freud, las cosas no dependen de que un gran número de personas quieran influir en el individuo desde fuera. Los individuos no tienen relación alguna con los grupos de personas. Su mundo consiste en esas pocas y decisivas relaciones que mantienen con algunas personas concretas. Esas relaciones determinan las actitudes afectivas de los individuos, y su relación con la totalidad. Para Freud, por tanto, incluso la especialidad científica de la «psicología social» era una ficción.

Los métodos de investigación demoscópica nos permiten actualmente reconocer la muy sensible capacidad humana de percibir -sin recurrir a técnicas estadísticas- con un órgano sensorial cuasiestadístico las distribuciones de frecuencia y los cambios de opinión del medio, una capacidad que las ideas de Freud no podían explicar. Lo llamativo de estas percepciones del entorno, de estas estimaciones de lo que piensa la mayoría de la gente, es que cambian simultáneamente en casi todos los grupos de población (véanse las figs. 11-13 y el cap. 24). Tiene que haber algo que vaya más allá de las relaciones personales del individuo, una facultad intuitiva quizás, y que le permita vigilar continuamente una multitud de personas, igual que hay una esfera que se denomina acertadamente «lo público». McDougall

aceptó explícitamente que había una conciencia de la sensibilidad pública, y actualmente encontramos cada vez más pruebas de ello. Como escribió McDougall, los individuos actúan en público desde el conocimiento que poseen de la opinión pública (1920-1921, 39-40). Podemos considerar a este órgano sensorial estadístico como el nexo que conecta a la persona con la colectividad. No necesitamos para ello suponer la existencia de una misteriosa conciencia colectiva, sino sólo la capacidad individual de percibir las reacciones de aprobación y desaprobación del medio ante las personas, las pautas de comportamiento y las ideas, de percibir sus cambios y desplazamientos, y de reaccionar en consecuencia para evitar en la medida de lo posible el aislamiento. McDougall describe así el motivo: Durante «la formación de una turba, ...ese aislamiento del individuo, que nos oprime a todos, aunque puede que no se formule explícitamente en nuestra conciencia, queda abolido temporalmente» (1920-1921, 24).

En los siglos XIX y XX han chocado repetidamente dos puntos de vista: el que subraya el comportamiento instintivo y considera al hombre determinado por los instintos gregarios, y el que supone que el hombre reacciona racionalmente ante la experiencia de la realidad, más en la línea de los ideales humanistas. Desde una perspectiva histórica, se puede decir que el conductismo ha desbancado a dos teorías distintas de los instintos, la del biólogo británico Wilfred Trotter (1916) y la de McDougall. La confusión aumenta si tenemos en cuenta que una clase importante y visible de comportamiento humano, la imitación, tiene dos orígenes diferentes, dos motivos diferentes, que no pueden distinguirse por las apariencias externas. Volvemos aquí a la distinción entre las dos clases de imitación: por una parte, la imitación como aprendizaje con el objetivo de adquirir conocimiento, la imitación de pautas comprobadas de conducta para aprovechar la experiencia y los conocimientos de los demás, la adopción de argumentos porque creemos que proceden de un juicio correcto, de lo que nos parece de buen gusto. Por otra parte, la imitación que procede del esfuerzo por parecerse a los demás debido al miedo al aislamiento. Las escuelas de pensamiento que enfatizaban la racionalidad del hombre consideraban la imitación como una estrategia eficaz de aprendizaje. Como estas escuelas prevalecieron claramente sobre las teorías del instinto, el tema de la imitación por miedo al aislamiento cayó en el olvido.

¿Por qué deben dejarse barba los hombres?

Continuamente ha habido fenómenos sorprendentes que han podido orientar la atención en la dirección adecuada. Pero, como todo lo que es demasiado común, apenas han sorprendido a nadie. En una conversación con de Gaulle mantenida en el último año de la vida del general, André Malraux dijo: «Nunca he decidido exactamente qué pienso sobre las modas... los siglos en que los hombres deben dejarse barba, los siglos en los que deben estar bien afeitados» (1972, 101).

¿Puede el aprendizaje o la adquisición de conocimiento motivar la imitación, motivar el que se afeiten o no las barbas? La respuesta a Malraux sería ésta: las modas son formas de comportamiento que, cuando son nuevas, pueden exhibirse en público sin quedarse aislado, pero que en una etapa posterior deben mostrarse en público para evitar el aislamiento. De este modo, la sociedad salvaguarda su cohesión y garantiza que los individuos estén suficientemente dispuestos a transigir. Podemos estar seguros de que el estilo de las barbas nunca cambiará sin una razón más profunda, sin que sirva para preparar a la gente de un período determinado para algún otro cambio más decisivo.

Para Platón, «los peinados, la ropa, el calzado que usa la gente, todo el aspecto exterior», así como la clase de música forman parte de las leyes no escritas sobre las que se funda un Estado (*La República*, libro 4). «Hay que ser especialmente cauto al acoger una nueva clase de música, ya que ésta podría poner todo en peligro. Porque nunca... se alteran los modos musicales sin que resulten afectadas las más importantes leyes del Estado». La novedad se infiltra disfrazada de diversión y aparentando inocuidad. Adimanto, que comparte el diálogo con Sócrates, desarrolla el tema: «No hace nada... pero insinuándose poco a poco va penetrando insensiblemente en su forma de comportarse y sus ocupaciones. Y después se abre camino con mayor fuerza hacia los pactos que establecen entre ellos. Y desde los pactos entra con gran audacia en las leyes y las instituciones políticas... hasta que finalmente lo trastorna todo, tanto lo privado como lo público» (Platón 1900, 108).

El aspecto lúdico de la moda hace que pasemos por alto su gran seriedad, su importancia como mecanismo de integración social. A este respecto, no importa si una sociedad mantiene su cohesión con jerarquías elaboradas o sin ellas, si la visibilidad pública de los estilos de la ropa, el calzado, el cabello y la barba se utiliza para mostrar las diferencias de posición o si -como sucede, por ejemplo, en la sociedad estadounidense- se intenta hacer lo contrario para causar la impresión de que ese tipo de diferencias no existen. Se acepta generalmente que los métodos lúdicos de la moda son adecuados para mostrar

diferencias jerárquicas. Esto se debe a que se ha prestado mucha más atención a la moda como expresión de la búsqueda de enaltecimiento y prestigio -el «amor a la fama» de Hume, la «teoría de la clase ociosa» de Veblen- que a la presión hacia la conformidad, que afecta más universalmente a las personas y sobre la que John Locke insistió al hablar indistintamente de la opinión, la reputación y la moda.

La atención a la moda ejercita la capacidad de transigir

El descontento con el poder disciplinario de la moda se demuestra en muchas expresiones peyorativas: «extravagancias de la moda», «caprichos», «lechuguino», «dandi», «petimetre». Implican frivolidad, superficialidad, fugacidad e imitación simiesca.

Siempre es conmovedor leer en los análisis de mercado lo ansiosamente que los consumidores responden a la pregunta de qué es lo que buscan ante todo cuando compran un vestido nuevo: «No tiene que pasar de moda». Aquí más que en ninguna otra parte encontramos un resentimiento genuino contra la «coacción al consumo», una ira por tener que sacrificar las inclinaciones personales a las exigencias de la moda para no ser ridiculizado o rechazado por el gusto contemporáneo como un adefesio vestido con ropa de la temporada anterior. Pero se juzga mal sobre las razones de esta «coacción al consumo». Los comerciantes no son los que manejan los hilos de estos procesos, como suelen creer los iracundos consumidores. Ellos no crean la situación, no orientan las tendencias de la moda en una u otra dirección. Si tienen éxito es porque saben, como los buenos marineros, templar las velas al viento. El vestido es un medio espléndido para expresar los signos de los tiempos, un medio magnífico para que el individuo demuestre su obediencia a la sociedad.

En la famosa antología de Bendix y Lipset *Clase, estatus y poder*, un artículo critica el uso excesivamente general del término «moda» en las ciencias sociales, quejándose de que es un «término sobregeneralizado» (Barber y Lobel 1953, 323). Como ejemplo disuasorio se menciona a un autor que aplica el término «moda» a la pintura, la arquitectura, la filosofía, la religión, el comportamiento ético, el vestido y las ciencias físicas, biológicas y sociales. Aún más, también se usa el término «moda» en referencia al lenguaje, la alimentación, la música de baile, el espacamiento, «en realidad, a todo el abanico de los elementos sociales y culturales». Básicamente, el término «moda» se aplicaba a todos estos elementos para expresar su carácter «voluble». Y los autores insisten: «Pero es improbable que las estructuras del comportamiento en estas diferentes áreas sociales y las consiguientes dinámicas de sus cambios sean siempre iguales.

"Moda"... tiene demasiados referentes. Abarca formas significativamente distintas de comportamiento social» (ibíd., 323-324).

Un modelo rígido

¿Son éstas en verdad pautas completamente distintas de conducta social? Cualquiera que observe con cuidado percibirá, subyaciendo a todas ellas, este estrato que Locke llamaba la ley no escrita de la opinión, la reputación o la moda. En todos los lugares encontramos el modelo rígido que, para Locke, justifica el uso del término «ley»: las recompensas y los castigos no proceden del propio acto -como el comer demasiado provoca un empacho-, sino de la aprobación o la desaprobación del medio social en un lugar y un momento determinados. Si vamos al fondo de las cosas, es evidente que el uso general del término «moda» es adecuado para subrayar las características comunes. En todos esos ámbitos, que parecen no tener nada en común, la persona puede estar «in» o «out»; tiene que vigilar los cambios que se producen o arriesgarse al aislamiento. La amenaza de aislamiento se da siempre que los juicios individuales consiguen convertirse en opinión predominante. La moda es un medio excelente de integración, y sólo esta función de contribuir a la integración de la sociedad puede explicar cómo algo tan nimio como la altura de los tacones o la forma de los cuellos de las camisas puede constituir un contenido de la opinión pública, puede ser la señal de que se esté «in» o «out». Los ámbitos aparentemente heterogéneos en los que se da el fenómeno de la moda no están en absoluto desconectados. Es cierto que apenas se ha investigado su sincronización; pero podemos sospechar, con Sócrates, que hay una relación entre los gustos musicales y los gustos sobre los peinados, sin olvidar que este movimiento puede llegar a destruir las leyes.

14. La picota

Los sistemas de castigo desarrollados por las diversas culturas han aprovechado despiadadamente la delicada naturaleza social del hombre. Esto sucede en los castigos que son difíciles de ocultar al ojo público, tales como cortar la mano izquierda, que es la pena coránica para los ladrones, o cortar el pie izquierdo por el segundo delito, o estigmatizar con hierros candentes; pero es aún más claro en el caso de las llamadas «penas de honor», que se dirigen contra la autoestima sin, al menos en principio, tocarle un pelo al reo. Entendemos sin dificultad alguna el sentido del castigo de la picota⁹. El que este castigo haya existido en todas las épocas y en todas las culturas -en las nuestras desde el siglo XII (Bader-Weiss y Bader 1935, 2)- da testimonio de una constante de la naturaleza humana. Los pigmeos sabían a qué era más vulnerable el hombre: al ridículo o al desdoro ante otras personas, que permiten a todos ver y enterarse de su extravagancia (véase cap. 11).

Las penas de honor aprovechan la delicada naturaleza social del hombre

John Locke citaba la frase de Cicerón: *Nihil habet natura praestantius, quam honestatem, quam laudem, quam dignitatem, quam decus* (No hay nada mejor en el mundo que la honradez, la alabanza, la dignidad y el honor). Y añadía que Cicerón sabía bien que todos éstos eran nombres diferentes de lo mismo (Locke 1894, 1: 478). Arrebatarse a las personas lo que es más valioso para ellas, su honor, es la esencia de las penas de honor. La picota «rompe el honor del hombre»¹⁰ como se decía en la Edad Media. A la gente le parecía una experiencia tan angustiosa que, cuando empezaron las primeras tendencias humanizadoras, se decretó que los menores de dieciocho años y -como en una ley turca- los mayores de setenta no podían ser puestos en la picota (Bader-Weiss y Bader 1935, 130). La picota estaba ingeniosamente pensada para atraer al máximo la atención de la gente. Se levantaba en la plaza o en el cruce de dos calles concurridas. Se ataba al reo a la picota por el cuello con una cadena de hierro y se le «exponía» o se le «exhibía» en los momentos en los que había más gente: temprano por la mañana los días de mercado, los domingos o los días festivos. O se le encadenaba con grilletes a la

⁹ Para una exposición exhaustiva del castigo de la picota, véanse Nagler 1970; Bader-Weiss y Bader 1935; Hentig 1954-1955.

¹⁰ Fehr, Folter und Strafe im alten Bern, 198; citado en Bader-Weiss y Bader 1935, 83.

puerta de la iglesia, como en la «picota eclesial». Se empleaban tambores y campanas para hacer ruido, y la picota estaba pintada de un color llamativo, rojo o naranja, para que se la viese bien. Estaba decorada con pinturas de animales inmundos. El nombre del reo y su delito estaban escritos en una pizarra que llevaba colgada del cuello. El populacho que al pasar se burlaba de él, le molestaba o le arrojaba basura (sin contar a los que le tiraban piedras, que no es propio del espíritu de la pena) era anónimo, se situaba fuera de las reglas ordinarias del control social. El único identificado era el delincuente.

En la picota no se castigaban los delitos graves, sino sólo los menos visibles, sobre los que debía caer todo el peso del ojo público. Se aplicaba en casos de fraude (el uso de pesos trucados por un panadero, por ejemplo) o de quiebra fraudulenta, de prostitución, alcahuetería y, especialmente, en los casos de difamación o maledicencia (con la idea de que el que roba el honor de alguien debe ser privado del suyo) (Bader-Weiss y Bader 1935, 122).

Los chismes pueden revelar las reglas de honor de una sociedad

El límite entre la difamación y el chismorreó es difuso. ¿Cuándo deja de ser una mera opinión hablar con desaprobación sobre alguien que no está presente? Se destrozan las reputaciones, se matan las famas¹¹, el honor cae en descrédito y en la ignominia. Ser visto con esa persona se convierte en tabú. A esto se refería la mundana marquesa de *Les liaisons dangereuses* (Las amistades peligrosas) cuando intentaba disuadir a la joven dama de seguir tratándose con su desacreditado amante: «¿No persistirá la opinión pública contra él, y no bastaría esto para modificar en consecuencia vuestra relación con él?» (Choderlos de Laclos 1926, 1: 89).

Vilipendio, descrédito, descastado, perdedor, paria... en el lenguaje bullen expresiones del ámbito de la psicología social que reflejan la sensación de indefensión y abandono del individuo. «¿Quién ha dicho eso?», pregunta la gente siempre que le cuentan algún chisme destructivo sobre ella, dispuesta a defenderse. Pero la murmuración es anónima. El antropólogo estadounidense John Beard Haviland elevó el chismorreó a objeto de investigación. Observó y describió la murmuración en la tribu de los zinacanteco, esperando deducir las reglas de honor de esa sociedad de la investigación y el análisis científico. Descubrió que los chismes persisten hasta que la mala conducta acaba saliendo a la luz. Cuando se reconoce públicamente

¹¹ Brian Stross, "Gossip in Ethnography", *Reviews in Anthropology*, 1978, 181-188; Stross comenta a Haviland 1977.

una infracción de la regla que prohíbe el adulterio, a la pareja se le impone una pena de honor parecida a la picota. Tienen que trabajar duramente en un día de fiesta pública (Haviland 1977, 63). Es una manera muy ingeniosa de provocar aislamiento porque el trabajo duro, aunque en sí no es deshonesto, separa evidentemente a la pareja de los que están celebrando el día de fiesta.

Se han creado muchos sistemas para hacer visible la deshonra: «exhibir» a alguien con un alto sombrero de papel en la cabeza, hacer recorrer todo el pueblo a una chica con la cabeza rapada, embrear y emplumar... Recordemos al desventurado pigmeo Cephu y cómo se burlaban de él: «No eres un ser humano. Eres un animal».

Se podía humillar hasta a un emperador denunciándolo y exponiéndolo al desprecio de la gente. Cuando el emperador Rodolfo II residía en Praga en 1609, los artesanos y los repartidores esperaban en vano el pago de sus facturas, que el emperador apenas podía afrontar porque la Dieta Bohemia había bloqueado sus ingresos procedentes de los impuestos. Los trabajadores decidieron hacerlo público y sus protestas se conocieron a gran distancia de Praga por el que pudo ser el primer periódico del mundo, el *Aviso*. El *Aviso* informó que el 27 de junio de 1609 por la noche, cuando el emperador estaba sentado cenando, se produjo un gran griterío y una gran pitada en la oscuridad, enfrente de su residencia. La gente aullaba como perros, lobos y gatos. Se decía que el emperador estaba más que medianamente sobresaltado (Schöne 1939, epílogo 2-3).

La picota puede encontrarse incluso en el cuarto de los niños o en una escuela, en el castigo de ser enviado al rincón. Ese escenario rojo o naranja del descrédito erigido en la plaza del mercado puede parecernos tan lejano como la dama de hierro de la cámara de tortura medieval, pero lo vivimos todos los días. Las gentes de las últimas décadas del siglo XX son empicotadas en la radio y la televisión. El *Aviso* de 1609 era un precursor de los medios de comunicación de masas.

Incluso en el siglo XX, en el que al menos cincuenta definiciones diferentes de opinión pública vaciaron el concepto de todo significado, se ha conservado y se conserva su sentido original en el código penal alemán. Las secciones 186 y 187 establecen que, cuando se presentan cargos de calumnia o difamación, el hecho más insignificante puede servir de prueba si pretende «perjudicar la reputación del individuo ante la opinión pública». Del mismo modo que podemos derivar las reglas del honor del chismorreio, también pueden seguirse de los litigios actuales por difamación y libelo. Un pleito del 23 de noviembre de 1978 visto en el tribunal regional alemán de Mannheim puede servir de ejemplo. Nos basamos en un extracto del Neue

Juristische Wochenschrift 10 (1979): 504. «Si una mujer se queja de haber sido llamada "bruja", no se justifica una suspensión del caso por la insignificancia de la falta cometida por el demandado, ya que las personas implicadas en el caso son extranjeras (turcas, en este caso), y en el Oriente Próximo está extendida la creencia en la brujería. Es necesario, para proteger a la parte demandante, un fuerte castigo de la naturaleza de una severa reconvención judicial por dicha acción». Al explicar las razones de su fallo, el tribunal argumentó:

Indudablemente, la creencia en la brujería está actualmente muy extendida en el Oriente Próximo... Pero las cosas no están mucho mejor en este país. Según la última encuesta realizada sobre el tema (1973), el 2 por ciento de la población de la República Federal de Alemania cree firmemente en las «brujas», y otro 9 por ciento cree en la posibilidad de la brujería. De acuerdo con los especialistas más documentados, casi no hay ningún pueblo en el sur de Alemania en el que no haya mujeres sospechosas de brujería... Por lo tanto, no hay razón para juzgar las ideas supersticiosas similares «de la lejana Turquía» de modo diferente o más suavemente. Como explicó correctamente el mandatario de la demandante, la sospecha de que alguien pueda ser una «bruja» afecta grave y negativamente a la reputación de esa persona, aunque se trate de una trabajadora extranjera turca, que para su medio cercano y supersticioso se puede ir volviendo una descartada despreciada, sometida a una hostilidad y una persecución permanentes que podrían acabar convirtiéndola en víctima de malos tratos frecuentes y graves, o incluso producir su muerte, si este tribunal no actúa vigorosa y eficazmente contra la difamación.

15. La ley y la opinión pública

En su información sobre el juicio de un caso de robo nocturno en el centro de Zurich, el *Neue Zürcher Zeitung* (6 de mayo de 1978) publicó el siguiente comentario sobre el veredicto: «El tribunal superior debería revisar sus conclusiones para comprobar si sus medidas punitivas relativamente indulgentes para esos delitos concuerdan con los sentimientos y la opinión pública nacionales». ¿Deben concordar las leyes y las sentencias de los tribunales con la opinión pública? ¿Deben conformarse a la opinión pública? ¿Qué relación hay entre la opinión pública y el mundo de las leyes?

La pregunta central es en qué medida las tres leyes de John Locke -la ley divina, la ley civil y la ley de la opinión- pueden contradecirse. Locke trató la cuestión, para su país y su época, con el ejemplo del duelo. En la República Federal de Alemania de los años setenta y ochenta, la cuestión se plantea en torno al tema del aborto. Un alto dignatario de la Iglesia dijo que el aborto era un asesinato y se negó a distanciarse de los comentarios de un médico que había comparado el gran número de abortos con los asesinatos en masa del campo de concentración de Auschwitz. La ley civil permite el aborto, dijo el cardenal, pero él sigue llamándolo un asesinato (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26 de septiembre, 6 de octubre de 1979). No se trata de un conflicto terminológico. Los dos puntos de vista son irreconciliables. La opinión del prelado es mucho más que una fachada que oculte percepciones modernas muy diferentes. Las diversas concepciones que hay respecto al aborto son virulentas. La creencia cristiana en la protección de la vida, incluso la no nacida, choca con una creencia emocional igualmente fuerte, la que Rousseau llamó por primera vez «religión civil» (1962a, 327), una religión secular, civil, en la que la emancipación, o el derecho de la mujer a decidir sobre su propio cuerpo, tiene más valor. Se trata de uno de esos conflictos que mueven a la gente a organizar su vida evitando encontrarse con personas con una opinión distinta de la suya.

La polarización como división de la opinión pública

Intentando evitar a los que no piensan como ellas, las personas pierden su capacidad cuasiestadística de evaluar correctamente las opiniones del medio. El término «ignorancia pluralista» (*pluralistic ignorance*), acuñado por la sociología norteamericana, podría aplicarse a esta ignorancia de cómo piensa «la gente». Es la situación llamada polarización. La sociedad se parte en dos. Se puede hablar de opinión pública dividida. La característica distintiva es que cada facción se sobrevalora enormemente en lo que se denomina una

«percepción especular» (*looking glass perception*). Podemos medir este fenómeno estadísticamente: cuanto más se alejen las estimaciones acerca de «qué piensa la mayoría», más polarizada estará la cuestión. Los partidarios de las opiniones contrarias sencillamente no se hablan y por eso juzgan incorrectamente la situación. Las tablas 16-19 muestran algunos ejemplos de los años setenta. En ocasiones esta ignorancia es unilateral: un bando percibe correctamente el medio y el otro se sobreestima. Este modelo parece indicar que la integración acaba favoreciendo a los que se sobrevaloran.

Podemos poner como ejemplo de esta situación la diferencia de opinión sobre la nueva *Ostpolitik* alemana a comienzos de los años setenta (tabla 17). Los vencedores -los que estaban a favor de la *Ostpolitik*- se perciben como un bloque sólido que comprende el 70 por ciento de la población. «La mayoría piensa como nosotros.» En la oposición hay fisuras. No piensan que la mayoría esté a favor de los acuerdos con el Este ni se atribuyen a sí mismos esa mayoría. No se comprometen, y dan una tibia respuesta de «mitad y mitad». Para el que realiza una prognosis y analiza el estado de la opinión pública, la simetría y la asimetría de las estimaciones sobre el medio son elementos importantes. Si predomina la simetría -mayor polarización, cada bando se considera más fuerte que el otro- el resultado es un conflicto grave. Si hay asimetría, una de las facciones duda mucho -respuestas indecisas, respuestas que muestran que la opinión está dividida o que no se puede saber cuál es la opinión del medio- y su capacidad de defenderse es pequeña. La medida de la discrepancia, utilizada en las tablas siguientes, fue elaborada en los años cincuenta por tres psicólogos sociales estadounidenses, Osgood, Suci y Tannenbaum (1964). Se emplea la siguiente fórmula:

$$D = \sqrt{\sum d_1^2}$$

siendo d_1 la diferencia entre los dos grupos que se comparan.

Barreras contra el cambio y contra la conformidad ciega con las tendencias en boga: dos extremos

La sociología moderna ha sustituido la anticuada terminología de las tres leyes de Locke por descripciones más precisas. En lugar de lo que Locke llamaba «ley divina», hablamos ahora de «ideales éticos», «tradición», «valores básicos». Se insiste en el concepto de «ideal». La disparidad entre éste y el comportamiento real es frecuentemente considerable. La ley lockiana de la opinión, la reputación y la moda, la que determina el comportamiento real más interesante, aparece en

términos sociológicos como «costumbre» y «moralidad pública». La ley que emana del Estado se divide en dos partes. René König (1967) las describió en su ensayo «The Law in the Context of Systems of Social Norms» (La ley en el contexto de los sistemas de normas sociales). Los guardianes de la moralidad pública esperan que el Estado utilice la ley como barrera contra los cambios en la concepción del mundo. Los portavoces de la opinión pública o de la moralidad pública, por otra parte, piden que la ley y el derecho sigan evolucionando con el espíritu de los tiempos. Éstos disponen de buenos argumentos a su favor. Si se entiende el proceso de la opinión pública, que se da en todas las culturas, como un medio de integración, un medio de que la sociedad sea viable, entonces la ley y el derecho no pueden oponerse a la opinión pública ni siquiera durante un breve período. Indudablemente, el factor temporal desempeña un papel importante en ambos casos. El sistema legal no debe seguir demasiado rápidamente las tendencias de la moda, si no quiere perder la confianza pública. Reinhold Zippelius discute este tema en su ensayo «Have We Lost Our Security of Orientation?» (¿Hemos perdido la seguridad de orientación?):

Desde el punto de vista específico de la ley, la necesidad de estructuras de comportamiento normativas y dignas de confianza se manifiesta como necesidad de seguridad legal... La necesidad de seguridad legal significa ante todo el interés por establecer cuáles son las principales normas de conducta interpersonal... A este interés se añade, en segundo lugar, el interés por una continuidad de la ley. Esta continuidad crea una seguridad de orientación para el futuro y sienta las bases para la planificación y la previsión. La exigencia de un máximo de estabilidad en el sistema normativo y de coherencia en el desarrollo de las leyes es válida por otra razón más: la ley tradicional ha demostrado su capacidad operativa. Por eso, como dice Radbruch, la ley no debe cambiar demasiado fácilmente, no debe caer víctima de una legislación basada en las necesidades del momento, lo que permitiría que cada caso particular se convirtiera en ley sin límite alguno (Zippelius 1978, 778-779).

Por supuesto, el objetivo de las campañas electorales es precisamente *no* dejar tiempo para reflexionar hasta el momento de la decisión. Intentan, por el contrario, sacudir a la opinión pública de manera que la excitación no se apague hasta que el objetivo se haya alcanzado y consolidado, hasta que la regulación pretendida se haya incorporado al orden vinculante de la ley. Niklas Luhmann describe el proceso en su ensayo «Public Opinion». Un determinado tema político «llega al punto culminante de su carrera. Los que están en contra

deben recurrir entonces a tácticas dilatorias, a una aprobación parcial, a plantear reservas destinadas a ganar tiempo. Los partidarios deben intentar introducirla en el presupuesto o en el programa del gobierno. El tiempo del que disponen es breve. Pronto aparecen los primeros síntomas de aburrimiento, de reservas, de experiencias negativas... Si no sucede nada con el tema, se piensa que augura dificultades futuras. Poco después el tema pierde su atractivo» (Luhmann 1971, 19).

Esta descripción sólo es apropiada para algunos procesos breves, para algunas modas. Otros procesos se desarrollan durante años, décadas y siglos, como por ejemplo el movimiento en favor de la igualdad, que Tocqueville rastreó a lo largo de más de un milenio de historia. Sin embargo, las etapas de la evolución de un gran tema pueden suceder según el modelo de Luhmann.

Un ejemplo de cómo los jueces y la administración reaccionan en ocasiones precipitadamente ante la presión de la opinión pública manifestada como concepciones o tendencias sociales respecto a determinadas actitudes, es la campaña contra el fumar en presencia de no fumadores. Este asunto tuvo altibajos que hemos descrito, apoyándonos en encuestas, en el capítulo 3. Hacia 1975, sin embargo, la campaña se había extendido lo suficiente como para que algunas disposiciones de la administración pública aconsejaran o exigieran la abstención de fumar en presencia de no fumadores. En 1974 el tribunal regional de Stuttgart, discrepando de sentencias anteriores, concluyó que fumar en el interior de un taxi era una demostración de falta de respeto al taxista. Se llegó al punto culminante cuando el Tribunal Superior Administrativo de Berlín afirmó que los fumadores eran «perturbadores desde el punto de vista legal». Joseph Kaiser, un jurista de Friburgo, comentó: «Sin más ni más, el fumador queda relegado a la categoría de los sujetos de definición a efectos policiales, es decir, de los que se encuentran bajo jurisdicción policial y pueden representar un peligro definido. Está, pues, sometido a la desaprobación terminante de la policía y expuesto a las consecuencias legales que se derivan de este fallo. El único requisito conceptual necesario para fundamentar esta afirmación sería una prueba de que los fumadores constituyen una amenaza clara para los no fumadores. Pero esto es precisamente lo que no tenemos» (Kaiser 1975, 2237). Como esta resolución legal se ha producido en este caso sin basarse en pruebas empíricas, podemos considerarla como un proceso de opinión pública. El comentarista emplea, acertadamente, una terminología relacionada con la moda cuando dice que la protección de los no fumadores está «en boga».

La ley debe basarse en la costumbre

Visto desde la perspectiva contraria, se produce una situación muy crítica cuando la «opinión prevaleciente», la opinión pública, se aleja demasiado de la norma legal y la legislación no reacciona en consecuencia. Esta situación se produce especialmente cuando las normas legales están de acuerdo con los valores morales tradicionales, pero las costumbres y la moralidad pública se están apartando claramente de ambos. En la actualidad, las encuestas producen el efecto innegable de acelerar este proceso. En 1971, la revista *Stern* publicó unos resultados de Allensbach que señalaban que el 46 por ciento de la población a partir de 16 años de edad pedía más facilidades para abortar. Sólo cinco meses después, cuando se repitió la encuesta, el porcentaje había ascendido del 46 al 56 por ciento (*Stern*, 4 noviembre de 1971, 260). Ésta era una de las situaciones en las que pensaba Tocqueville cuando hablaba de una mera «fachada»: cuando la opinión pública sigue apoyando un punto de vista aunque los valores que lo sustentaban se hubieran desmoronado mucho tiempo antes (Tocqueville 1948, 2: 262). Mientras esta desvalorización no se exprese públicamente, la fachada sigue intacta. Pero se derrumba si -como sucede a menudo en la actualidad con los estudios de opinión pública- se expone repentinamente su vanidad. Esto puede producir manifestaciones legalmente intolerables. En este caso concreto, por ejemplo, muchas mujeres confesaron públicamente haber violado la ley: «Yo he abortado» (*Stern*, 3 junio 1971, 16-24).

A la larga, la ley no puede mantenerse sin el apoyo de la costumbre. El comportamiento se ve influido más eficazmente por el miedo al aislamiento, el miedo a la desaprobación del medio o cualquier otra señal implícita, que por la ley explícita y formal. Lo que John Locke llamó «ley de la opinión» y, doscientos años después, Edward Ross denominó «control social», ha sido verificado experimentalmente por los científicos sociales de nuestro siglo. Uno de estos experimentos estaba relacionado con los semáforos. Se observó el número de peatones que cruzaban la calle con el semáforo en rojo en tres circunstancias diferentes: 1., sin nadie dando mal ejemplo; 2., cuando un hombre que, por su ropa, parece de clase baja cruza la calle con el semáforo en rojo; 3., cuando el que lo hace es un hombre bien vestido de clase alta. Unos ayudantes representaban los papeles de los hombres de clase baja y alta que cruzaban la calle con el semáforo en rojo. Se observó a un total de 2.100 peatones. Resultado: sin el modelo de un transgresor, sólo el 1 por ciento cruzaba la calle con el semáforo en rojo; cuando el modelo de clase baja hacía caso omiso del semáforo en rojo, le seguía un 4 por ciento; cuando el modelo

parecía de clase alta, le seguía el 14 por ciento (Blake y Mouton 1954).

Cambiar la opinión pública mediante las leyes

La relación entre la ley y la opinión pública también puede proceder en la dirección contraria. Las leyes pueden establecerse o cambiarse para influir sobre la opinión pública en la dirección deseada. En sus *Discursos sobre la relación entre la ley y la opinión pública en Inglaterra durante el siglo XIX* (1905), un clásico sobre el tema de la ley y la opinión pública, Albert V. Dicey observó algo que confirmaron los estudios posteriores de opinión: la aprobación de una ley hace aumentar su aceptación. Esto parece, a primera vista, un hecho muy sorprendente; y aún más, que Dicey lo percibiera sin disponer de ningún estudio empírico. Le parecía difícil de explicar. Hoy día, armados con la idea de la espiral del silencio, argumentaríamos que el miedo al aislamiento que se experimenta al apoyar algo disminuye cuando eso se convierte en ley. La delicada conexión existente entre la opinión pública y la legitimación se manifiesta en esta tendencia. Dicey formula el siguiente teorema: la ley mantiene y crea opinión (Dicey 1962, 4; Lazarsfeld 1957).

Parece alarmante que unas leyes orientadas en la dirección deseada puedan producir opinión pública; diríase una invitación a la manipulación, una explotación del mandato político por la mayoría gobernante. También cabe la duda de si, cuando un asunto se convierte en ley, la aceptación resultante tendrá la fuerza suficiente para mantenerla, o si la integración necesaria para que una sociedad sea viable será demasiado contradictoria con ella.

Las regulaciones legales han ido en ocasiones mucho más lejos que los deseos de la opinión pública; por ejemplo, en la reforma penal de la República Federal de Alemania de 1975 y en la nueva ley del divorcio de 1977. Igualmente, sólo una minoría -incluso entre los jóvenes de 17 a 23 años de edad- se mostraba favorable a las nuevas leyes necesarias para regular los problemas de la custodia paterna, destinadas a fortalecer los derechos del niño como parte más débil en una relación entre adultos. La pregunta era: «¿Cree usted que el Estado debe garantizar mediante leyes que la juventud tenga más derechos respecto a sus padres o cree que no es necesario?». El veintidós por ciento de los jóvenes pensaban que era necesario; el 64 por ciento, que no lo era. La nueva ley del divorcio provocó en la mayoría de la población un conflicto mucho mayor entre la ley y la moralidad pública. En julio de 1979 una encuesta de Allensbach descubrió una opinión moral muy viva sobre la realidad de la culpa y el deber de la gente de ser consciente de su propia culpa. La nueva ley

del divorcio pedía a la gente, por el contrario, que aceptase la opinión de que en un divorcio la cuestión de la culpa carece de importancia y que, por ello, no debería tener consecuencias económicas. La mayor parte de la población no podía aceptar esto. De las cuatro reformas legales evaluadas, la nueva ley del divorcio fue la que resultó menos favorecida (tabla 20).

Esto hace recordar cómo veía Rousseau la relación entre la ley y la opinión pública: «Igual que un arquitecto, antes de levantar un gran edificio, observa y sondea el terreno para ver si va a poder soportar el peso, el legislador inteligente no redacta leyes supuestamente buenas en sí mismas, sino que primero investiga si el pueblo al que van destinadas es capaz de soportarlas» (1953, 46). Para Rousseau las leyes no son otra cosa que «verdaderos actos de la voluntad general» (1953, 98). En la línea de la afirmación de David Hume, según la cual «el gobierno sólo se basa en la opinión», Rousseau dijo: «La opinión, reina del mundo, no está sometida al poder de los reyes. Ellos mismos son sus primeros esclavos» (Rousseau 1967/1960, 73-74).

16. La opinión pública produce integración

Acabamos de rozar el tema de la integración social al dilucidar qué consigue la opinión pública y cuál debe ser la relación entre la opinión pública y la ley. ¿Está tan claro el concepto como para usarlo con tanta despreocupación?

La investigación empírica se rezaga

En 1950 se publicó en los Estados Unidos una evaluación equilibrada de la integración, que todavía no ha sido superada.

Desde los días de Comte y de Spencer, los sociólogos se han interesado por la integración de las unidades menores en las totalidades sociales... ¿Qué diferencia hay entre un grupo y una mera suma de individuos? ¿En qué sentido es una entidad única? ...¿Cómo se puede medir la integración? ...¿Bajo qué condiciones aumenta la integración social? ¿En qué condiciones disminuye? ¿Qué consecuencias tiene un alto grado de integración? ¿Qué consecuencias tiene un bajo grado de integración? La sociología necesita más investigación básica sobre esta clase de cuestiones (Landecker 1950, 332).

La doctrina sobre la integración de Rudolf Smend

Werner S. Landecker, cuya obra acabamos de citar, destaca entre los principales teóricos que, en la tradición de Talcott Parsons, se han interesado por la integración y su papel en los sistemas sociales humanos. Landecker, a diferencia de la escuela dominante en el siglo XX, buscó, ante todo, procedimientos de investigación empírica y de medición. Ofreció una variedad de métodos de medición. Por ahora, dijo, sabemos tan poco sobre la integración social, que no podemos proponer una medida simple y general. «Saber» significaba para Landecker poseer un conocimiento empíricamente fundado. Distinguió cuatro clases de integración y cuatro métodos para medirlas.

1. Integración cultural: ¿En qué medida permite el sistema de valores de una sociedad un comportamiento coherente, o cuántas contradicciones -no lógicas, sino prácticas- contienen las exigencias que se plantean a los miembros de la sociedad? Landecker menciona como ejemplo de exigencias contradictorias en la sociedad occidental el altruismo y la tendencia a afirmarse competitivamente (1950, 333-335).

2. Integración normativa: ¿En qué medida se diferencian las reglas de comportamiento prescritas en una sociedad y el comportamiento efectivo de sus miembros? (335-336)

3. Integración comunicativa: ¿En qué medida se protegen los subgrupos de una sociedad unos de otros mediante la ignorancia, la evaluación negativa o los prejuicios, y en qué medida se ponen en comunicación entre sí? (336-338)

4. Integración funcional: ¿En qué medida son impulsados los miembros de una sociedad a actuar juntos mediante la división del trabajo, la especialización de los roles y la ayuda mutua? (338-339)

Esta enumeración no menciona la integración que produce la experiencia compartida: campeonatos del mundo de béisbol o de fútbol, una serie de televisión de tres capítulos que reúne a más de la mitad de la población frente al televisor, o (por poner un ejemplo de 1965) un viaje de la reina de Inglaterra por la República Federal, que originó una sensación compartida de regocijo y de orgullo nacional. Aparte, tampoco se menciona en absoluto la moda como medio de integración.

De un modo completamente diferente abordó el tema de la integración el jurista Rudolf Smend (1928) que lleva intentando que se acepte su «doctrina» desde finales de los años veinte.

El proceso de integración no es en absoluto consciente, pero puede producirse con una regularidad no intencionada o «astucia de la razón». No es, por consiguiente, en su mayor parte, una cuestión regulable constitucionalmente de manera consciente... y sólo es asunto de reflexión teórica en algunos casos excepcionales... parece que la integración personal la proporcionan los líderes, gobernantes, monarcas y toda clase de funcionarios públicos... La integración funcional se realiza mediante muy diversas formas de vida colectiva: desde el ritmo primitivo y sensual de la actividad o el movimiento común... a las formas complicadas e indirectas, como las elecciones... cuyo significado consciente, a primera vista, reside en la consecución de determinadas decisiones... menos consciente pero tan urgente, en la creación de una sociedad política mediante el desarrollo de la opinión, los grupos, los partidos, las mayorías... La integración substantiva se refiere a todos los aspectos de la vida estatal comprendidos como fines del Estado, pero que, por otra parte, promueven la integración de la comunidad. Éste sería el lugar lógico, por ejemplo, de una teoría de los símbolos políticos, como las banderas, los escudos de armas, los jefes de Estado, el ceremonial político, las fiestas nacionales... los factores de legitimación política (Smend 1956, 299-300).

Las vicisitudes del significado de «integración»

Desde que Smend esbozó su «doctrina de la integración» y Landecker escribió su alegato en favor de una mayor investigación empírica de la integración, no ha habido progresos en este ámbito. Sin duda, esto no

es casual sino que se debe a la falta de investigación del miedo del individuo al aislamiento. En el ensayo de Edward Ross sobre el control social (1969) hay una observación que indica que el concepto de «integración» era tan desdeñado a finales del siglo XIX como hoy lo es el de «conformidad». Los científicos sociales del siglo XX han intentado construir estructuras teóricas comprehensivas que aclararan el modo en que la integración estabilizaba la sociedad humana, e investigar exhaustivamente las estructuras y las funciones. Pero las investigaciones empíricas les parecían enteramente secundarias. De todos modos, la reflexión científico-social orientada empíricamente sobre el tema de la integración que encontramos -y un tratamiento suficientemente amplio tendría que fijarse especialmente en la obra de Emile Durkheim- confirma la idea de que la opinión pública tiene una función integradora.

En la terminología de Landecker, la relación es particularmente clara entre la integración normativa y el papel de la opinión pública como «guardiana de la moralidad pública», tal como se ha entendido durante siglos. Por ello, las normas y el comportamiento real concuerdan, y la desviación se castiga con el aislamiento.

Zeitgeist: el resultado de la integración

El término «integración comunicativa» recuerda a Tocqueville, para el que la opinión pública apareció por primera vez en las postrimerías de la sociedad feudal segmentada. Opinaba que, mientras duró la segmentación, no hubo comunicación global. La capacidad cuasestadística demostrada en la sociedad occidental moderna -la capacidad de registrar fiablemente los aumentos y las disminuciones de aprobación y desaprobación de ideas y personas- podría considerarse síntoma de una mayor integración comunicativa. Por lo mismo, la sensación de euforia generalizada que puede comprobarse empíricamente antes de las elecciones generales puede relacionarse con el pensamiento de Smend: además de la función manifiesta de tomar decisiones, las elecciones tienen la función latente de integrar. Landecker preguntaba: «¿Qué consecuencias tiene un alto grado de integración?». Apparently, la integración llena a la mayor parte de las personas de una sensación de bienestar. Pero no a todas. ¿Quién queda fuera? La pregunta apunta a los miembros de la vanguardia. Hemos estado muy cerca de este tema anteriormente, al hablar de la discusión de Sócrates sobre los cambios en la música, y el modo en que estos cambios muestran con antelación que los tiempos van a cambiar. Esta expresión -los tiempos- designa mucho más que lo que indican los relojes y los calendarios. La opinión pública está repleta de sentido del tiempo, y lo que suele considerarse como el espíritu de los

tiempos puede saludarse como un gran logro de la integración. Goethe expuso claramente que un proceso logrado de integración implica una especie de espiral del silencio en su famosa descripción: «Cuando uno de los lados se yergue, se apodera de la muchedumbre y se despliega hasta el punto de que los que se oponen a él tienen que retirarse a un rincón y, por el momento al menos, refugiarse en el silencio, a este predominio se le llama el espíritu de los tiempos (Zeitgeist), que, durante un período, se sale con la suya» (Goethe 1964, 705).

La primera clase de integración identificada por Landecker, la integración cultural, podría investigarse durante los períodos de hundimiento y nacimiento de sistemas de valores, cuando las personas encuentran las exigencias viejas y las nuevas irreconciliablemente mezcladas. ¿Dejan de funcionar en esas épocas los procesos de opinión pública?

En las épocas de peligro para una sociedad, la opinión pública ejerce una presión aún más fuerte

La investigación mediante encuestas, en su aplicación al examen de los procesos de opinión pública, es todavía demasiado bisoña como para ofrecer una respuesta a esta pregunta. Hay un síntoma, sin embargo, que apunta a la relación inversa: cuando la sociedad está en crisis aumenta la presión hacia la conformidad. De nuevo recordamos la descripción de Tocqueville de la democracia estadounidense y su conmovida protesta por la implacable tiranía de la opinión pública. Ésta se debe, explica, al dominio de la creencia en la igualdad y a la pérdida de reconocimiento de la autoridad. La autoridad al menos siempre proporciona alguna orientación. En estas circunstancias, pensaba, la gente no tiene más remedio que aferrarse a la opinión de la mayoría. Por otra parte, la delicada situación procedente de la mezcla de varias culturas diferentes en una única sociedad podría explicar también el rigor de los mecanismos de opinión pública observados por Tocqueville en los Estados Unidos. Con un grado menor de integración cultural, como el que podemos suponer en las sociedades crisol, aumenta la necesidad de lograr una mayor integración. Aplicando la tesis a nuestra situación actual, podríamos suponer que, dados los cambios en los sistemas de valores, hay un menor nivel de integración cultural y, por ende, una necesidad inminente de mayor integración. Esta necesidad iría acompañada de una mayor tensión de las riendas de la opinión pública y una mayor amenaza de aislamiento para el individuo. Hay, pues, circunstancias en las que la acción de la opinión se vuelve visible. Como hicimos

notar antes, todas las contribuciones importantes sobre la opinión pública se han realizado a partir de períodos revolucionarios.

Mientras tanto, nos encontramos reflexionando sobre la relación existente entre la integración y la opinión pública en un territorio todavía no investigado. En el capítulo 3 dijimos que Stanley Milgram, intentando comprobar si en otros pueblos había índices de conformidad comparables a los de los estadounidenses en el experimento de Asch, eligió para su investigación dos países cuyas sociedades le parecían muy diferentes: Francia, en la que se valoraba mucho el individualismo, y Noruega, donde le pareció percibir un nivel de cohesión particularmente elevado (Eckstein 1966). Aunque en ambos países prevaleció el miedo al aislamiento en los sujetos investigados, la conformidad fue más pronunciada en la muestra noruega. Esto confirma la afirmación que Tocqueville no se cansaba de subrayar: cuanta más igualdad haya, más presión cabe esperar de la opinión pública. En circunstancias más igualitarias hay que adherirse a la opinión de la mayoría porque no se dispone de otras pistas que muestren cuál es el juicio correcto. No hay principio jerárquico al que recurrir. Con los actuales medios empíricos de investigación, observamos que la presión no procede tanto de una mayoría matemática como de la certeza agresiva en la corrección de sus creencias por parte de uno de los bandos y el miedo al aislamiento del otro bando.

No podemos esperar una relación simple entre el grado de integración y la presión de la opinión pública. ¿Es la «igualdad» de la sociedad noruega la que permite una presión tan poderosa hacia la conformidad o, por el contrario, tiene esta presión otras raíces y lleva por sí misma a la igualdad? ¿Puede un medio natural desapacible tener efectos sobre la integración de una sociedad parecidos a los que ponen en peligro a una tribu que viva en la jungla y base su supervivencia en la caza? Quizá el grado de peligro al que se halle expuesta una sociedad, provenga el peligro de dentro o de fuera, sea la clave: un mayor peligro exige una mayor integración, y la integración se fortalece mediante reacciones exaltadas de la opinión pública.

17. Vanguardistas, herejes y disconformes: los desafiantes de la opinión pública

¿Es la opinión pública tal como la describimos aquí -un acontecimiento psicosociológico procedente del miedo al aislamiento del individuo- simplemente una presión hacia la conformidad? ¿Explica la espiral del silencio sólo el nacimiento y el crecimiento de la opinión pública, y no sus cambios?

Los que no temen al aislamiento pueden cambiar la opinión pública

Hasta ahora nos hemos fijado en personas que tienen miedo o cautela, que temen al aislamiento. Ahora vamos a mirar en la otra dirección, hacia un grupo más abigarrado: el de los que no temen al aislamiento o están dispuestos a pagar ese precio. Son los introductores de la nueva música; pintores como Chagall, en cuyo cuadro *El establo*, de 1917, una vaca rechoncha atraviesa el tejado de una casa y se asoma al exterior; o pensadores como John Locke, que proclamó que los hombres apenas se preocupaban de los mandamientos de Dios o de las leyes del Estado, pero se tomaban el trabajo que fuera necesario para seguir la ley de la opinión. Poco tiempo antes, esta idea le habría condenado a la pira. Entre estos personajes se encuentran los herejes, esas personas que responden a las necesidades de su época pero son a la vez intemporales, que constituyen el correlato de una opinión pública compacta. Los desviados. Utilizando el título de un ensayo estadounidense: «Héroes, villanos y locos como agentes del control social» (Klapp 1954); en términos modernos, «el coco». Sin embargo, no hay que entender la relación entre los conformistas y los disconformes simplemente como una acentuación del sistema de valores y de las reglas válidas de la sociedad por los que las vulneran y por su «exhibición» en la picota. El concepto de la espiral del silencio reserva la posibilidad de cambiar la sociedad a los que carecen de miedo al aislamiento o lo han superado. «Tengo que aprender a soportar la censura y el ridículo», escribió Rousseau (citado en Harig 1978). Un alto nivel de consenso, que es una fuente de felicidad, un lugar de refugio y seguridad para la amplia mayoría de la humanidad, llena de horror a la vanguardia, a los artistas, pensadores y reformadores que preparan el camino del futuro. En 1799 Friedrich Schlegel ofreció esta descripción de un monstruo:

Parecía hinchado de veneno. En su piel transparente rielaban todos los colores, y se le veían las entrañas que se retorcían como gusanos. Era

bastante grande como para inspirar temor, y abría y cerraba pinzas como de cangrejo que cubrían todo su cuerpo. Ora saltaba como una rana, ora se desplazaba con agilidad espantosa mediante un enjambre de incontables patitas. Me di la vuelta, aterrorizado; pero, como quería seguirme, hice acopio de valor, lo derribé de un poderoso golpe e inmediatamente se convirtió en una vulgar rana. Mi asombro fue grande, y aún fue mayor cuando alguien dijo, justo detrás de mí: «Es la opinión pública...» (Schlegel 1799, 40-41)

Por otra parte, los ciudadanos probos tenían razón al estremecerse cuando en los años sesenta empezaron a aparecer jóvenes melenudos, ya que cualquiera que no tema al aislamiento puede destruir el orden de las cosas.

A los pioneros les importa la esfera pública tan poco como a los sonámbulos

Una tipología de innovadores debe distinguir los diferentes tipos según sus relaciones con lo público. Hay artistas y científicos que abren camino a lo nuevo. Que se les reciba con comprensión o con hostilidad apenas influye en lo que hacen. Los reformadores son diferentes. Si quieren cambiar el modo de pensar o comportarse de la sociedad tienen que enfrentarse a un público hostil, ya que lo necesitan para hacer prosélitos. De todos modos, la hostilidad les hace sufrir. Parece haber una segunda clase de reformador -de pretensiones más o menos ambiciosas- para el que la provocación del público se convierte casi en un objetivo en sí mismo, en un modo más intenso de existencia. Al menos así reciben atención, e incluso la violencia del público es mejor que el ser ignorado. La extraordinaria difusión de la opinión pública por los medios de comunicación en el siglo XX proporciona una mina de ejemplos contemporáneos. El servicio secreto israelí describió al líder terrorista árabe Wadi Hada como una persona que experimentaba una satisfacción casi mística en el aislamiento del resto del mundo y, por esa razón, consideraba válidos sólo sus propios preceptos y leyes (*Die Welt*, n. 189 [1976]: 8). Rainer Werner Fassbinder dijo sobre una de sus películas: «Debo tener, sin duda, el derecho de realizarme de una manera adecuada a mis enfermedades y mi desesperación. Necesito la libertad de reflexionar sobre mí mismo en público» (Limmer 1976, 237). Ya no es cuestión de aprobación o desaprobación. Estamos hablando del feroz estímulo que procede del contacto con lo público, del arrancarse de la estrechez de la existencia individual. Embriagados por la exposición ante el público, la exposición pública como droga, ¿qué provoca la excitación? Quizá el peligro, el saber que jugar con lo público puede

ser peligroso, incluso mortal, si desemboca en la expulsión de la sociedad.

Sufrir o gozar, dos modos de llevar una vida pública

Podemos encontrar ejemplos con la misma facilidad en el siglo XVI, y, por ejemplo, comparar a Martín Lutero con Thomas Müntzer. Lutero sufre claramente por su exposición pública, pero no ve otro camino que exponerse a la condenación del público. Afronta lo que no es capaz de evitar: «Aunque algunos me desprecien inmediatamente...» - «otros no hablan en absoluto», dice, «...pero precisamente porque callan, yo debo hablar.»¹² Describe la velocidad con la que su mensaje se difunde por el país. «En catorce días escasos ha atravesado toda Alemania», escribe, casi sin aliento por esta experiencia de publicidad. Era como una «tormenta viajera». Y después, en una descripción demasiado buena como para no haberlo experimentado personalmente: «Yo no quería la fama, ya que, como he dicho, yo mismo no sabía cuál podría ser su penitencia, y la canción era demasiado aguda para mi voz».

Thomas Müntzer representa el otro lado del cuadro. También él es un agudo observador de los procesos de opinión pública. «En el país todo está agitado, también los pensamientos... Hay que poner orden volando... ¿Y por dónde se empieza? En el lugar en que el interior se vuelve hacia el exterior, en la moda. Si se ha hecho usual cambiar de opinión como de camisa, entonces simplemente se prohíbe el cambio de camisa y de abrigo y, quizá, queden reprimidos así los cambios de opinión no deseados.»

Igual que sabemos que nadie puede controlar las innovaciones en la música, sabemos, cuando oímos las claves de la composición de Thomas Müntzer, que está seguro de que las camisas y los abrigos van a cambiar lo desee él o no. En contraste con Lutero, la mirada del público no le hace sufrir. Le encanta, aunque -o quizá porque- percibe su peligro. «El temor de Dios debe ser, en verdad, puro, sin temor de los hombres ni de ninguna criatura... Pues los tiempos actuales son peligrosos y los días malvados» (Streller 1978, 186). ¿Es característico de una relación libidinosa con la esfera pública poder expresar el espíritu del tiempo, darle voz, sin ser capaz de esbozar ningún programa constructivo a su respecto? Los historiadores

¹² Las citas de Lutero y de Müntzer de este apartado proceden de Petzolt 1979.

concluyen que la música de Thomas Müntzer sólo podía haber tenido efectos destructivos (Dülmen 1977).¹³

No se ha elaborado ninguna tipología de las formas de relación entre el individuo y la esfera pública. La falta de investigación empírica deja en una situación espectral al abigarrado grupo de los que no tienen o han vencido el miedo al aislamiento. Sólo sabemos que ese grupo impulsa la sociedad hacia el cambio, y que la espiral del silencio es útil para los que no temen al aislamiento. La opinión pública, que para otros significa presión hacia la conformidad, es para ellos la palanca del cambio.

¿Por qué y cuándo cambia la música?

Lo que permanece en el aire, sople el viento que sople, de modo que no se puede andar contra la corriente de la opinión pública, «del volumen y la extensión de una marea» (Ross 1969, 104): este lenguaje muestra que estamos tratando con movimientos fatales, tan poderosos como las fuerzas de la naturaleza. Pero no sabemos responder a la pregunta de cómo se inicia lo nuevo. Podemos señalar, como Niklas Luhmann en su ensayo sobre la opinión pública, algunos detonantes, crisis o síntomas de crisis (Luhmann 1971, 9), como cuando, por ejemplo, un arroyo que siempre ha estado claro se enturbia de repente. Al principio sólo provoca una alarma personal; pero después la crisis halla expresión en un libro, incluso en su título, *Silent Spring* (El manantial silencioso; Carson 1962). O, de nuevo según Luhmann (1971, 17), puede constituir una amenaza o una agresión contra los valores más trascendentes. El estallido radical de la opinión pública de agosto de 1961 contra el gobierno de Adenauer justo tras la construcción del muro de Berlín no pudo preverse porque se había ignorado el valor último de la «nación». Los sucesos inesperados son desencadenantes: «La novedad implica importancia». El dolor, o cualesquiera de los sustitutos que la civilización proporciona para el dolor, es detonante. Luhmann menciona «las pérdidas económicas, los recortes de presupuesto, las pérdidas de posición, especialmente las mensurables y comparables» (Luhmann 1971, 17).

Pero ninguna crisis, ninguna amenaza explica por qué el tema de la liberación de la mujer adquirió tal fuerza en la opinión pública en los años sesenta y setenta.

¿Por qué y cuándo cambia la música?

¹³ Véase también la revisión por Martin Brecht de la obra de Dülmen en *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 3 de agosto de 1977, 21.

18. El estereotipo como vehículo de difusión de la opinión pública:

Walter Lippmann

Ya avanzado el siglo XX, cuando se había olvidado completamente el significado de la opinión pública, aparecieron dos obras que contenían las palabras «opinión pública» en el título. Una fue el ensayo de Luhmann (1971) que he citado frecuentemente. La otra fue el libro publicado en 1922 por Walter Lippmann. Ambas obras revelaron aspectos desconocidos de la dinámica de la opinión pública, y ambas insistían en la relación entre la opinión pública y el periodismo.

El libro de Walter Lippmann no tenía precedente. Aunque se titula *La opinión pública*, tiene muy poco que ver directamente con la opinión pública. De hecho, la definición de Lippmann de la opinión pública es uno de los pocos pasajes flojos del libro. «Las imágenes que hay en la cabeza de estos seres humanos, las imágenes de ellos mismos, de los demás, de sus necesidades, intenciones y relaciones, son sus opiniones públicas. Las imágenes con arreglo a las que actúan grupos de personas, o individuos que actúan en nombre de grupos, son la Opinión Pública con mayúsculas» (Lippmann 1965, 18). Bien podría decirse tras la lectura del libro: «Sigo sin saber qué es la opinión pública».

Un libro revelador

¿Por qué es tan especial este libro que, cincuenta años después de su publicación original, fue reimpresso en rústica en los Estados Unidos (1965) y casi simultáneamente en Alemania (1964)? Sin ser en absoluto efectista, es en realidad un libro revelador. Pero tan contrario al modo en que la gente desea ver las cosas que ahora, mucho después de la publicación original, sigue pareciendo nuevo y, a todos los efectos prácticos, todavía no se ha incorporado al pensamiento intelectual. Lippmann desenmascara nuestro autoengaño racionalista sobre el modo en que las personas supuestamente se informan y forman los juicios que guían sus acciones en el mundo moderno: con madurez y tolerancia, observando, pensando y juzgando como científicos en un esfuerzo incesante por examinar objetivamente la realidad, ayudados en este esfuerzo por los medios de comunicación. A esta ilusión contraponen una realidad completamente diferente, mostrando cómo forma sus concepciones realmente la gente, cómo selecciona partes de los mensajes que le llegan, cómo los procesa y los transmite. Lippmann describe como de pasada fenómenos que la psicología social empírica y la investigación de la comunicación

tardarán décadas en confirmar punto por punto. No he encontrado en todo el libro de Lippmann ni una idea sobre el funcionamiento de la comunicación que no haya sido verificada una y otra vez por esmerados trabajos de laboratorio y de campo.

Como nubes de tormenta que acaban disipándose

Al mismo tiempo, Lippmann no se plantea lo que aquí entendemos por opinión pública en relación con la espiral del silencio. Lippmann no dice nada sobre el papel de la presión hacia la conformidad en el establecimiento del consenso, ni sobre el miedo al aislamiento de la gente y la vigilancia temerosa del medio. Sin embargo, la tremenda influencia de la Primera Guerra Mundial permitió a Lippmann identificar la piedra angular de la opinión pública: la cristalización de las concepciones y las opiniones en «estereotipos» con carga emocional (1965, 85-88, 66). Lippmann, que era periodista, sabía que la expresión procedía del para él familiar mundo tecnológico de la impresión periodística, en la que el texto se escribe en un molde rígido -en la impresión en offset o de estereotipo- que permite reproducirlo tantas veces como se desee. Los estereotipos favorecen la eficacia de los procesos de opinión pública. Se extienden rápidamente en las conversaciones y transmiten inmediatamente asociaciones negativas o, en algunos casos, positivas. Orientan la percepción, atrayendo la atención sobre algunos elementos -normalmente negativos- y produciendo una percepción selectiva¹⁴. Los estereotipos también pueden provocar el fracaso político de candidatos al liderazgo nacional. El gobernador George Romney, un candidato presidencial, utilizó en una ocasión la expresión «lavado de cerebro» para describir su aceptación de ciertas afirmaciones sobre la guerra del Vietnam, y desde entonces se le aplicó el estereotipo de que era fácilmente manipulable. En la carrera presidencial de 1980, el gobernador Brown de California dejó de ser un candidato importante cuando la prensa empezó a llamarle «Governor Moonbeam» (gobernador rayo de luna) por sus opiniones futuristas y su interés en la exploración espacial. Lippmann escribió: «El que se hace con los símbolos que contienen en ese momento la sensibilidad pública, controla los caminos de la política pública» (1965, 133).

Los estereotipos se ciernen, como nubes de tormenta, sobre el paisaje de la opinión pública durante un tiempo y después pueden desaparecer para siempre. El comportamiento de la gente, de los políticos, que han vivido bajo estas nubes de tormenta será ininte-

¹⁴ Los ejemplos de la vida política alemana empleados en la edición alemana fueron sustituidos en este apartado por ejemplos estadounidenses.

ligible para los que vengan después. E incluso alguien que un día se halló bajo ellas será incapaz después de describir lo sucedido, las presiones que había, y tendrá que buscar una explicación vicaria.

El libro de Walter Lippmann muestra que, mediante los estereotipos, la opinión pública penetra en todo «como el aire que nos rodea, desde las alcobas más ocultas de la casa hasta las gradas del trono», según la descripción de Ihering (1883, 180). También enseña que la opinión pública puede disolverse totalmente con el paso del tiempo, algo que Lippmann podía describir para sus lectores a partir de su propia experiencia tras la Primera Guerra Mundial. Primero cuenta cómo se formaron los estereotipos positivos y negativos: «Junto al culto al héroe encontramos el exorcismo de los demonios. El mismo mecanismo que hace encarnarse a los héroes crea a los demonios. Si todo lo bueno iba a venir de Joffre, Foch, Wilson o Roosevelt, todo lo malo del Kaiser Guillermo, Lenin y Trotsky» (Lippmann 1965, 7). Pero, poco después, añade: «Recordemos... con qué rapidez desapareció, después del armisticio, el símbolo precario y en absoluto consolidado de la Entente Aliada, y cómo le siguió el derrumbamiento de la imagen simbólica que cada nación tenía de las demás: el Reino Unido, el Defensor de la Ley Pública; Francia, vigilando la Frontera de la Libertad; los Estados Unidos, el Cruzado. Y recordemos cómo se desgastó, después, la imagen simbólica que cada nación tenía de sí misma, a medida que los conflictos de clase y partidistas y la ambición personal empezaban a hurgar en los temas pospuestos. Y cómo se fueron borrando las imágenes simbólicas de los líderes, cuando uno tras otro, Wilson, Clemenceau, Lloyd George, dejaron de encarnar la esperanza humana y se convirtieron en meros negociadores y administradores de un mundo desilusionado» (Lippmann 1965, 8).

Las imágenes que tenemos en la cabeza, un pseudomundo en cuya realidad creemos completamente

El gran avance de Lippmann sobre otros autores del siglo XX que habían escrito sobre opinión pública fue su realismo, su concepción pegada a la tierra del entendimiento y las emociones humanas. Le ayudó mucho ser periodista. Captó agudamente la diferencia entre las percepciones que obtienen las personas de primera mano y las que proceden de otras fuentes, especialmente de los medios de comunicación. Y vio cómo se oscurece esta diferencia porque la gente no es consciente de ella. Notó que la gente tiende a adoptar la experiencia indirecta tan completamente y a amoldar a ella tan plenamente sus concepciones, que sus experiencias directas e indirectas se vuelven inseparables. De ahí que la influencia de los medios de comunicación sea en gran parte inconsciente.

El mundo con el que tenemos que tratar políticamente es inalcanzable, invisible, impensable. Hay que explorarlo, referirlo e imaginarlo. El hombre no es un Dios aristotélico que contemple toda la existencia de un vistazo. Es la criatura de una evolución que sólo puede extenderse sobre la parte de la realidad necesaria para su supervivencia, y agarrar lo que en la escala total del tiempo sólo son unos pocos momentos de discernimiento y felicidad. Sin embargo, esta misma criatura ha inventado modos de ver lo que el ojo no puede ver, de oír lo que no oyen los oídos, de pesar masas inmensas e infinitesimales, de contar y separar más asuntos de los que es capaz de recordar. Aprende a ver con la mente enormes regiones del mundo que nunca ha podido ver, tocar, oler, oír o recordar. Poco a poco se construye dentro de la cabeza una imagen fidedigna del mundo que queda fuera de su alcance (Lippmann 1965, 18).

«¡Qué pequeña es la proporción de nuestras observaciones directas en comparación con las observaciones que nos transmiten los medios!», reflexiona Lippmann. Pero éste es sólo el comienzo de una cadena de circunstancias, cada una capaz, de uno u otro modo, de distorsionar la imagen del mundo que la gente tiene en la cabeza. Hacerse una imagen de la realidad es una tarea imposible, «pues el medio real es demasiado grande, demasiado complejo y demasiado fugaz como para poder conocerlo directamente. No estamos preparados para afrontar tanta sutileza, tanta variedad, tantas permutaciones y combinaciones. Y, aunque tengamos que actuar en ese medio, debemos reconstruirlo en un modelo más sencillo antes de poder afrontarlo» (Lippmann 1965, 11). Cincuenta años después, Luhmann trató este tema bajo el título «Reducción de la complejidad».

La uniformidad de las reglas de selección del periodista

¿Cómo se produce esta reconstrucción? Hay una selección rigurosa: lo que se va a referir y lo que hay que percibir se ordena en pasos sucesivos, como las represas de un río, según el símil propuesto a finales de los años cuarenta por el psicólogo social Kurt Lewin (1947), que acuñó el término *gatekeeper* (cancerbero, guardabarrera). Los «cancerberos» deciden lo que se va a dejar llegar al público y lo que se va a retener. Como dice Lippmann: «Cualquier periódico que llega al lector es el resultado de toda una serie de selecciones» (1965, 223). Las circunstancias -una estricta limitación del tiempo y de la atención (59)- exigen la selección. Lippmann descubrió, a partir de los primeros estudios realizados sobre la lectura, que el lector dedica unos quince minutos diarios al periódico (37). Con su agudo olfato para el futuro de periodista barruntó el alcance de las encuestas más de una década

antes de la fundación del Instituto Gallup de los Estados Unidos (95-97). Adelantándose a un campo de investigación de las ciencias de la comunicación muy importante durante los años cincuenta, sesenta y setenta, Lippmann explicó lo que los periodistas consideran «valores de la noticia» en su selección (220, véase también Schulz 1976): un tema claro que pueda comunicarse sin contradicciones; conflictos; superlativos; lo sorprendente; algo con lo que el lector pueda identificarse por hallarse próximo física o psicológicamente; lo que afecta personalmente; lo que tiene consecuencias para el lector (Lippmann 1965, 223, 224, 230).

Como todos los periodistas aplican casi las mismas reglas de selección, crean un cierto consenso en sus informaciones, lo que supone una confirmación para el público. Así se produce, en la terminología de Lippmann, un pseudoentorno (16).

Lippmann no riñe al público, no increpa a los periodistas. Se limita a proporcionar pruebas evidentes del surgimiento de una pseudorealidad. Arnold Gehlen (1965, 190-191) la llamó más tarde el *Zwischenwelt*, el «mundo intermedio».

Las personas con actitudes distintas ven los mismos acontecimientos de manera diferente

La psicología social y la investigación de la comunicación, que comenzó a mediados de los años cuarenta, han descubierto el concepto de percepción selectiva (Lazarsfeld *et al.* 1968; Heider 1946; Festinger 1957). Las personas tratan de evitar activamente la disonancia cognitiva y de mantener una imagen armónica del mundo. La percepción selectiva, junto a la necesidad de reducir la complejidad cognitiva, se convierte en la segunda fuente inevitable de distorsión de la percepción de la realidad y de su comunicación.

Estoy argumentando que la pauta de los estereotipos que se hallan en el centro de nuestros códigos determina en gran parte qué conjunto de hechos vamos a ver, y bajo qué luz. Por eso, incluso con la mejor voluntad del mundo, la política informativa de un periódico tiende a apoyar su política editorial. Por eso, un capitalista ve un conjunto de hechos -literalmente los ve- y unos aspectos determinados de la naturaleza humana, y su adversario socialista ve otro conjunto y otros aspectos diferentes, y cada uno de ellos considera al otro irrazonable o perverso, cuando la diferencia real entre ellos es una diferencia de percepción. (Lippmann 1965, 82; subrayado mío)

Lippmann basa todo esto sólo en la observación de la prensa. ¡Cuánto más válidas deberían ser sus ideas en la era de la televisión! En la actualidad, la proporción de realidad que se transmite a los individuos

a través de los medios de comunicación, en comparación con las observaciones originales, se ha multiplicado por un factor considerable (Roegele 1979, 187), y el mundo lejano y complejo, cada vez más visible y audible, fluye aún con más fuerza junto a las observaciones personales de primera mano. Captamos directamente los contenidos emocionales -lo que es bueno y lo que es malo- mediante la imagen y el sonido. Estas impresiones emocionales son duraderas. Se conservan mucho después de que los argumentos racionales se hayan escabullido, como podemos leer en Lippmann¹⁵.

Tras las elecciones federales alemanas de 1976 se produjo un debate anacrónico sobre si la televisión puede influir en el clima de opinión previo a las elecciones. No se trataba de manipulación, ya que los periodistas sólo informaban acerca de lo que realmente veían. El consenso aparente que procede de una realidad mediática unilateral sólo puede evitarse cuando periodistas con diversas perspectivas políticas presentan al público sus puntos de vista. Digo que el debate de 1976 era anacrónico porque se podría haber desarrollado antes de la aparición del libro de Lippmann. Tuvo lugar más de cincuenta años después sólo porque Lippmann y todas las confirmaciones posteriores realizadas por la investigación de la comunicación habían sido ignoradas. «Nos limitamos a decir las cosas tal como son». Esta frase, que los periodistas siguen utilizando incluso actualmente para describir sus actividades, no debería ser admisible más de cincuenta años después del libro de Lippmann. Por eso mismo, el famoso eslogan del New York Times, «Todas las noticias que procede imprimir», debería estimarse sólo por sus asociaciones históricas. Sería una buena idea que, de cuando en cuando, como una obligación de los periodistas, se arrumbasen los hechos y opiniones publicados y se pusiera en primer plano lo que no se publica, como en esos famosos dibujos empleados en la psicología de la percepción que ilustran la relación entre la figura y el fondo. Este cambio de perspectiva debería ser posible al menos ocasionalmente, y es necesario practicarlo. Entonces los periodistas no se engañarían sobre los efectos de su profesión con los argumentos de que «lo que he escrito es realmente cierto» y «el público lo encontró interesante».

¿Qué es lo que suele quedar fuera de las informaciones de los medios? Lippmann concluye que pueden producirse consecuencias muy distintas según el aspecto de la compleja realidad que no aparezca en la descripción recibida por el público. Lejos de emitir un juicio moral adverso sobre esta situación, valora positivamente los

¹⁵ La corrección de esta observación ha sido confirmada por Sturn et al. (1972, 42-44).

estereotipos -un detalle olvidado inmediatamente por los que repitieron sus ideas-, ya que sólo una simplificación substancial permite a la gente repartir su atención entre muchos temas y no tener que contentarse con un horizonte muy restringido.

Lo que no se cuenta no existe

Lippmann intenta con gran perseverancia esclarecer las consecuencias de este proceso de selección. Lo que procede de las imágenes simplificadas de la realidad es la realidad tal como la experimenta realmente la gente. Las «imágenes que tenemos en la cabeza» son la realidad (1965, 3). No importa cuál sea verdaderamente la realidad, porque sólo cuentan nuestras suposiciones sobre ella. Sólo ellas determinan las expectativas, esperanzas, esfuerzos, sentimientos; sólo ellas determinan lo que hacemos. Pero estas acciones sí que son reales, tienen consecuencias reales y crean realidades nuevas. Una posibilidad es que la profecía se cumpla a sí misma, que nuestras expectativas sobre la realidad se realicen debido a nuestra acción. La segunda posibilidad es una colisión. Las acciones guiadas por suposiciones falsas producen efectos completamente inesperados, pero innegablemente reales. La realidad acaba reafirmandose; pero cuanto más tarda esto en suceder, mayor es el riesgo: al final acabamos viéndonos obligados a corregir «las imágenes que tenemos en la cabeza».

¿De qué materiales está hecho el «pseudoentorno» de Lippmann? ¿Cuáles son los ladrillos que proceden de los poderosos procesos de cristalización de la realidad? «Estereotipos», «símbolos», «imágenes», «ficciones», «versiones estereotipadas», «el modo corriente de pensar sobre las cosas»... Lippmann inunda al lector de palabras acuñadas para hacer inteligibles estos materiales. «Por ficciones no entiendo mentiras», escribe (1965, 10). Adopta con entusiasmo el concepto marxista de «conciencia» (16). Los periodistas sólo pueden referir lo que son capaces de percibir desde su conciencia. El lector sólo puede completar y explicar el mundo mediante una conciencia que ha sido creada en gran parte por los medios de comunicación. Algunas personas, al saber que la televisión ha influido en el clima de opinión de la campaña electoral de 1976, concluyen que los informadores televisivos les han estado mintiendo, «manipulándonos»; pero esta gente apenas ha avanzado más allá de los albores de este siglo en su comprensión sobre los efectos de los medios de comunicación. Hay que reconocer, sin embargo, que las conclusiones a las que llegó tan fácilmente Lippmann están siendo abordadas poco a poco por los actuales investigadores de la comunicación, con mucha dificultad.

«Papá, si un árbol se cae en el bosque y los medios de comunicación no están allí para contarlo, ¿se ha caído de verdad?» El padre está sentado en el sillón, el hijo le molesta con preguntas ociosas. Este chiste gráfico parece indicar que la investigación de la comunicación y el público en general van alcanzando el nivel de Walter Lippmann. Lo que no se cuenta no existe; o, más modestamente, sus posibilidades de formar parte de la realidad percibida son mínimas. Un investigador alemán de la comunicación, Hans Mathias Kepplinger, empleó la realidad objetiva, que existe fuera de nuestra conciencia, y la «pseudorrealidad» percibida, imaginada, de Lippmann como conceptos complementarios en el título de su libro de 1975, *Realkultur und Medienkultur* (La cultura real y la cultura mediática). La cultura mediática consiste en lo que seleccionan del mundo y nos ofrecen los medios de comunicación. Como el mundo real no está a nuestro alcance, a nuestra vista, ésta suele ser nuestra única perspectiva sobre el mundo.

Los estereotipos transmiten la opinión pública

¿Por qué tituló Lippmann su libro *La opinión pública*? Quizá estuviera inconscientemente -desde luego sin decirlo explícitamente- convencido, como otros periodistas, de que la opinión publicada y la opinión pública son básicamente lo mismo. Al menos, sus descripciones de ambas se confunden frecuentemente. En cierto momento, sin embargo, cuando el libro ya está bastante avanzado, el recuerdo del significado original de la opinión pública se abre paso y añade una segunda definición a la anticuada del primer capítulo (18): «La teoría ortodoxa sostiene que la opinión pública es un juicio moral sobre un conjunto de hechos. La teoría que propongo afirma que, en el estado actual de la educación, una opinión pública es primariamente una versión moralizada y codificada de los hechos» (81-82). El carácter moral de la opinión pública -la aprobación y la desaprobación- ha conservado su lugar central. Pero Lippmann modifica la perspectiva tradicional a la que aplica el descubrimiento que tanto le fascina: la observación de los hechos está filtrada incluso moralmente por puntos de vista selectivos, puntos de vista guiados por estereotipos o «códices». Se ve lo que se espera ver, y las evaluaciones morales están canalizadas por los estereotipos, ficciones y símbolos cargados de emoción. El panorama limitado con el que viven todas las personas constituye el tema de Lippmann. Para nosotros, sin embargo, su mayor logro consistió en mostrar cómo se transmite y cómo se impone la opinión pública. El estereotipo, sea negativo o positivo, es tan conciso y tan poco ambiguo que permite a todos saber cuándo hablar

y cuándo quedarse callado. Los estereotipos son indispensables para poner en marcha los procesos de conformidad.

19. La opinión pública selecciona los temas: Niklas Luhmann

Parece casi increíble que las perspectivas iluminadas por Luhmann pasaran desapercibidas a Lippmann, ya que ambos trabajaron aproximadamente sobre los mismos temas. Ambos describen cómo se realiza el consenso social, la reducción de complejidad que hace posible la acción y la comunicación. Los contenidos de ambos son muy parecidos, a menudo sólo se diferencian en el vocabulario empleado: en lugar de «estereotipos», Luhmann habla de la necesidad de encontrar «fórmulas verbales» para que comiencen los procesos de opinión pública (1971, 9). Afirma que la atención es efímera (15), y que las personas y los temas tienen que consolidarse en la conciencia pública en una fuerte competencia. Los medios de comunicación crean «pseudocrisis» y «pseudonovedades» (25) para expulsar los temas competidores del campo de batalla. Estos estímulos tienen que ser oportunos, tienen que estar intensamente referidos al momento. La proximidad a la moda se muestra de muchos modos (18): un tema se crea como se crea el último estilo en mangas y, después, cuando se ha dicho todo sobre él, pasa de moda. El tema está obsoleto (24), igual que se vuelven obsoletos los estilos de manga. Los que siguen usándolos demuestran no estar «in». El vocabulario de la moda disimula engañosamente la relevancia de lo que realmente sucede.

Hacer los temas dignos de discusión

Luhmann se mantiene apartado de los predecesores que escribieron sobre opinión pública: Maquiavelo, Montaigne, Locke, Hume, Rousseau e incluso Lippmann. Su tema no es la moralidad basada en la aprobación y la desaprobación. Las «fórmulas» no se utilizan para etiquetar claramente lo que es bueno y lo que es malo. Son necesarias, por el contrario, para hacer que un tema merezca ser discutido o negociado (Luhmann 1971, 9). Para Luhmann, la opinión pública ha cumplido su función cuando ha llevado un tema a la mesa de negociación. El sistema social no puede afrontar muchos temas a la vez, pero, al mismo tiempo, para él puede ser cuestión de vida o muerte tratar los que se hayan vuelto urgentes. Los procesos de opinión pública, pues, deben regular el foco de la atención pública. La atención general se orienta durante un breve período hacia un tema apremiante, y en ese breve espacio de tiempo hay que encontrar una solución, ya que en el campo de la comunicación de masas hay que contar con rápidos cambios de interés (12).

Para Luhmann, el logro de la opinión pública consiste en la selección de los temas, que se desarrolla de acuerdo con «reglas de atención» susceptibles de análisis. En primer lugar, se plantea el tema, y se encuentran fórmulas que lo hagan adecuado para la discusión. Sólo entonces se adoptan posiciones a favor o en contra de las diversas «opciones» -empleando ese término tan utilizado por los planificadores modernos- y, si el proceso avanza sin tropiezos, se le acabará considerando maduro para tomar una decisión sobre él (12). Luhmann supone «que el sistema político, en la medida en que se apoya en la opinión pública, no queda integrado por las reglas que rigen las decisiones, sino por las reglas que dirigen la atención» (16); es decir, las reglas que deciden qué llega a la mesa y qué no.

Esta versión de la opinión pública sólo se aplica a acontecimientos breves, a situaciones fluidas de agregación, como las llamó Tönnies. Los procesos históricos prolongados, que se desarrollan durante décadas, o, si creemos a Tocqueville, durante siglos -como, por ejemplo, la lucha por la igualdad, o las actitudes ante la pena capital- apenas resultan afectados, y las «condiciones meteorológicas generales» no se tienen en cuenta en absoluto. Luhmann escribe: «Cuando todo se ha dicho sobre él, el tema está obsoleto» (24). Los periodistas dirían que ha muerto. La frase «cuando todo se ha dicho» expresa un punto de vista muy periodístico, pero apenas apropiado a la falta de participación de una población saturada en el proceso de opinión pública.

Luhmann prevé un orden regular de acontecimientos: en primer lugar se presenta a la atención general un tema acuciante; después se plantean las posiciones a favor y en contra. Las encuestas de opinión pública muestran que este orden raramente se da. Lo que suele suceder es que uno de los bandos arroja el tema al campo del juego social, un proceso que Luhmann denomina reprobatoriamente «manipulación», y lo considera resultado de una comunicación unilateral, en especial la comunicación unilateral técnicamente determinada de los medios de masas (13-14). Cuando sólo se presenta una opinión sobre un tema particular, cuando el tema y la opinión parcial se funden, por así decirlo, tenemos lo que Luhmann llama «moralidad pública» (14). La «moralidad pública» comprende las opiniones que hay que defender públicamente para no aislarse. Luhmann, desde la teoría de los sistemas, ha dado un contenido nuevo y diferente al término «opinión pública».

Los medios de comunicación establecen el orden del día

Igual que no tuvimos dificultad para reconocer la importancia de los estereotipos de Walter Lippmann como vehículos de la opinión pública

en el sentido que le atribuimos aquí, también podemos estimar la aportación de Luhmann a la comprensión de la opinión pública sin aceptar su concepción de las funciones de ésta en el sistema social. Este autor subraya la importancia de la estructuración de la atención, de la selección de temas, como una fase del proceso de opinión pública, y no deja dudas sobre la relevancia de los medios de comunicación, que asumen la tarea de seleccionar estos temas más que cualquier tribunal.

Los investigadores estadounidenses de la comunicación han llegado a resultados similares a los de Luhmann independientemente de él y por un camino completamente distinto¹⁶. Su objetivo consistía en investigar los efectos de los medios de comunicación. Comparando durante un período de tiempo los temas subrayados por los medios de comunicación con los procesos sociales reflejados en las estadísticas y con las opiniones de la población sobre las tareas políticas más acuciantes, descubrieron que los medios de comunicación solían ir por delante de los otros dos fenómenos. Parece, pues, que ellos son los que suscitan los temas y los ponen sobre la mesa. Los investigadores estadounidenses inventaron, para describir este proceso, la expresión *agenda-setting function* (función de establecimiento del orden del día).

¹⁶ McCombs y Shaw 1972; Funkhouser 1973; McLeod y otros 1974; Beniger 1978; Kepplinger y Roth 1979; Kepplinger y Hachenberg 1979; Kepplinger 1980b.

20. Conceder atención pública, privilegio del periodista

«He experimentado la espiral del silencio en mi club.» «La he visto funcionar en mi equipo de voleibol.» «Así son exactamente las cosas en mi empresa.» La gente confirma a menudo de esta manera el concepto de la espiral del silencio. Y es lo que cabía esperar, porque hay múltiples ocasiones para observar este comportamiento tan humano de conformidad. Las experiencias como las que todos tenemos en los grupos pequeños forman parte del proceso. Cuando se está formando la opinión pública, la comprobación por parte de los individuos observadores de idénticas o similares experiencias en los distintos grupos lleva a suponer que «todo el mundo» va a pensar igual. Sin embargo, cuando la espiral del silencio empieza a desarrollarse en público sucede algo único. Lo que da una fuerza irresistible al proceso es su carácter público. El elemento de la atención pública se introduce en el proceso con máxima eficacia a través de los medios de comunicación de masas. De hecho, los medios de comunicación encarnan la exposición pública, una «publicidad» informe, anónima, inalcanzable e inflexible.

La sensación de impotencia ante los medios de comunicación

La comunicación puede dividirse en unilateral y bilateral (una conversación, por ejemplo, es bilateral), directa e indirecta (una conversación es directa), pública y privada (una conversación suele ser privada). Los medios de comunicación de masas son formas de comunicación unilaterales, indirectas y públicas. Contrastan, pues, de manera triple con la forma de comunicación humana más natural, la conversación. Por eso los individuos se sienten tan desvalidos ante los medios de comunicación. En todas las encuestas en que se pregunta a la gente quién tiene demasiado poder en la sociedad actual, los medios de comunicación aparecen en los primeros lugares¹⁷. Esta impotencia se expresa de dos formas. La primera sucede cuando una persona intenta conseguir la atención pública (en el sentido de Luhmann), y los medios, en sus procesos de selección, deciden no

¹⁷ Archivos de Allensbach, encuestas 2173 (enero de 1976) y 2196 (febrero de 1977): «Por favor, mire esta lista. ¿Cuáles de los puntos mencionados cree que ejercen una influencia excesiva en la vida política de la República Federal?». «La televisión» quedó en tercer lugar en ambas encuestas, mencionada por el 31 y el 29 por ciento respectivamente. «Los periódicos» se situaron en el noveno y el décimo puesto con un 21 y 22 por ciento respectivamente. En la lista había dieciocho respuestas posibles.

prestarle atención. Lo mismo sucede cuando se realizan esfuerzos infructuosos para que la atención pública se fije en una idea, una información o un punto de vista. Esto puede desembocar en un estallido desesperado en presencia de los guardianes que han denegado el acceso a la atención pública: uno tira un bote de tinta a un Rubens en el museo de arte de Munich; otro arroja una botella de ácido contra un Rembrandt en un museo de Amsterdam; otro secuestra un avión para que la atención pública se fije en un mensaje o en una causa.

El segundo aspecto de la impotencia entra en juego cuando se usan los medios como una picota; cuando orientan la atención pública anónima hacia un individuo entregado a ellos como un chivo expiatorio para ser «exhibido». No puede defenderse. No puede desviar las piedras y las flechas. Las formas de réplica son grotescas por su debilidad, por su torpeza en comparación con la tersa objetividad de los medios. Los que aceptan voluntariamente aparecer en un debate o una entrevista televisiva sin pertenecer al círculo interior de los «cancerberos» de los medios están metiendo la cabeza en la boca del tigre.

Un nuevo punto de partida para la investigación sobre los efectos de los medios

La atención pública puede experimentarse desde dos puntos de vista diferentes: el del individuo expuesto a ella o ignorado por ella -que acabamos de describir-, y desde la perspectiva del acontecimiento colectivo, cuando cientos de miles o millones de personas observan su medio y hablan o se quedan callados, creando así opinión pública. La observación del entorno tiene dos fuentes, dos manantiales que nutren la opinión pública: por una parte el individuo observa directamente su medio; por otra, recibe información sobre el entorno a través de los medios de comunicación. En la actualidad la televisión crea, con el color y el sonido, una gran confusión entre la propia observación y la observación mediada. «Buenas tardes», dijo el hombre del tiempo al comenzar la información meteorológica. «Buenas tardes», respondieron los clientes de un hotel en el que yo estaba pasando las vacaciones.

La gente lleva mucho tiempo cuestionando los efectos de los medios de comunicación, creyendo que hay una relación muy simple y directa entre la causa y el efecto. Han supuesto que las afirmaciones que se transmiten por cualquier medio producen cambios de opinión o -lo que también sería un efecto- refuerzan la opinión de la audiencia. La relación entre los medios de comunicación y la audiencia tiende a compararse con una conversación privada entre dos personas, una de

las cuales dice algo y la otra queda reforzada o convertida. La influencia real de los medios es mucho más compleja, y muy diferente del modelo de la conversación individual. Walter Lippmann nos lo enseñó mostrando que los medios graban los estereotipos mediante innumerables repeticiones, y que éstos sirven de ladrillos del «mundo intermedio», de la pseudorrealidad que surge entre la gente y el mundo objetivo exterior. Ésta es la consecuencia de la «función del *agenda-setting* de Luhmann», la selección de lo que debe ser atendido por el público, de lo que debe considerarse urgente, de los asuntos que deben importar a todos. Todo esto lo deciden los medios.

Además, los medios influyen en la percepción individual de lo que puede decirse o hacerse sin peligro de aislamiento. Y, por último, encontramos algo que podría llamarse la función de articulación de los medios de comunicación. Esto nos devuelve al punto de partida de nuestro análisis de la espiral del silencio, el test del tren como situación paradigmática de un pequeño grupo en el que se crea opinión pública mediante el habla y la resistencia a hablar.

Pero por ahora vamos a seguir con el tema de cómo experimentan las personas el clima de opinión a través de los medios de comunicación.

El conocimiento público legitima

Todos los que leyeron reimpresiones del «memorial» que hizo público un grupo de estudiantes con ocasión de la muerte de Buback, un fiscal federal asesinado por terroristas en 1977, sabían que la reimpresión no pretendía sólo documentar. El texto, firmado por el seudónimo «Mescaleros», volvió a ser publicado, evidentemente, para que el máximo número de personas pudiera leerlo y formarse una opinión sobre él. La publicidad activa que acompañó a su reimpresión incrementó el impacto del texto. A pesar de comentarios editoriales tibiamente condenatorios, que apenas ocultaban una aprobación subyacente, la publicidad produjo la impresión de que se podía estar secretamente satisfecho por saber que un fiscal federal hubiera sido asesinado, y que esto podía expresarse públicamente sin correr riesgo de aislamiento. Algo semejante sucede siempre que una conducta tabú se conoce públicamente -por el motivo que sea- sin que la califiquen de mala, de algo a evitar o a empicotar. Es muy fácil saber si nos encontramos con una notoriedad que estigmatiza o con una que perdona un comportamiento. Dar a conocer una conducta que viola normas sin censurarla enérgicamente la hace más adecuada socialmente, más aceptable. Todos pueden ver que esa conducta ya no aísla. Los que rompen normas sociales anhelan con frecuencia recibir las mínimas muestras de simpatía pública. Y su avidez está justificada, porque de ese modo la regla, la norma, queda debilitada.

21. La opinión pública tiene dos fuentes: una de ellas, los medios de comunicación

A principios de 1976, medio año antes de las elecciones federales de Alemania, se montó por primera vez todo el instrumental de investigación demoscópica disponible para seguir el desarrollo del clima de opinión y la consiguiente configuración de las intenciones de voto a partir de la teoría de la espiral del silencio. El principal método empleado fue la entrevista repetida de una muestra representativa de votantes, lo que se llama técnicamente un estudio panel. Se emplearon, además, encuestas representativas normales para no perder de vista lo que iba sucediendo. Se realizaron dos encuestas a periodistas, y se grabaron en vídeo los programas políticos de los dos canales nacionales de televisión¹⁸. Sólo expondremos aquí una pequeña parte del esfuerzo total realizado, para mostrar cómo la teoría de la espiral del silencio orientó la investigación empírica (Noelle-Neumann 1977b; 1978; Kepplinger 1979; 1980a).

Habíamos diseñado preguntas pertinentes desde las elecciones federales de 1965. Se referían a las intenciones de voto de los entrevistados, sus creencias sobre el posible ganador, su disposición a demostrar públicamente sus preferencias políticas, su interés por la política en general y su grado de utilización de los medios de comunicación (periódicos y revistas leídos -y televisión vista-), con una atención especial a los programas políticos de televisión.

Cambio súbito del clima de opinión antes de las elecciones de 1976

En julio, en plena temporada de vacaciones, llegó al Instituto Allensbach una remesa de cuestionarios contestados. Constituían la segunda ola de un panel de aproximadamente 1.000 votantes representativos de toda la población de Alemania Occidental. En aquella época yo me encontraba en Tessin (Suiza), disfrutando de los soleados días de verano, y recuerdo vivamente el contraste entre las grandes hojas verdes de los viñedos y la mesa de granito sobre la que descansaban los resultados de las encuestas. Faltaban pocos meses para las elecciones y no era el momento de olvidarse completamente del trabajo. De los impresos se desprendía algo con claridad: la medición más importante, la pregunta sobre la percepción que la gente tenía del clima de opinión, mostraba un dramático descenso de

¹⁸ Pudo llevarse a cabo el proyecto de investigación por la estrecha cooperación entre el Instituto de Demoscopia Allensbach y el Instituto de Publicística de la Universidad de Maguncia.

los cristianodemócratas. La pregunta era ésta: «Por supuesto nadie puede estar seguro pero, ¿quién cree usted que va a ganar las próximas elecciones federales? ¿Quién va a recibir más votos, la Unión Cristianodemócrata o el Partido Socialdemócrata-Partido Demócrata Libre?». En marzo de 1976, los entrevistados del panel habían dado una ventaja del 20 por ciento a la Unión Cristianodemócrata, esperando que triunfase en las elecciones; pero ahora la sensación había cambiado y sólo una diferencia del 7 por ciento separaba las estimaciones de la Unión Cristianodemócrata y del Partido Socialdemócrata-Partido Demócrata Libre. Poco después el Partido Socialdemócrata-Partido Demócrata Libre alcanzaba a la Unión Cristianodemócrata (tabla 21).

Mi primera suposición fue que los que apoyaban a los cristianodemócratas se habían comportado aproximadamente igual que en las elecciones de 1972, permaneciendo públicamente en silencio y no demostrando, incluso una vez empezada la campaña electoral, cuáles eran sus convicciones. Yo sabía que la jefatura de campaña de todos los partidos, incluida la Unión Cristianodemócrata, había intentado hacer ver a sus votantes lo importante que era proclamar su posición públicamente; pero, como sabemos, la gente es precavida y miedosa. Telefoné a Allensbach y pregunté por los resultados de las preguntas sobre la disposición a apoyar públicamente a un partido. El resultado fue sorprendente: no cuadraba con la teoría. En comparación con los resultados de marzo, los seguidores del Partido Socialdemócrata tendían a mostrarse más remisos que los de la Unión Cristianodemócrata. En respuesta a la pregunta de qué estaban dispuestos a hacer por su partido, y dada una lista de actividades posibles incluida la respuesta «nada de todo esto», el número de votantes del Partido Socialdemócrata que dijeron que no harían nada aumentó entre marzo y julio del 34 al 43 por ciento, mientras que los de la Unión Cristianodemócrata permanecían casi constantes (el 38 por ciento dijo que no haría nada en marzo, y el 39 por ciento en julio). Una disposición decreciente de los partidarios cristianodemócratas a apoyar públicamente a su partido no podía explicar el cambio en el clima de opinión (tabla 22).

Con el ojo de la televisión

Después pensé en las dos fuentes de que disponemos para obtener información sobre la distribución de las opiniones en nuestro medio: la observación de primera mano de la realidad y la observación de la realidad a través de los ojos de los medios. De modo que pedí que en Allensbach se tabulasen los datos de acuerdo con la cantidad de prensa leída o de televisión vista por los encuestados. Cuando tuve

los resultados desplegados sobre la mesa, eran tan sencillos como una cartilla escolar. Sólo los que habían observado el entorno con mayor frecuencia a través de los ojos de la televisión habían percibido un cambio en el clima; los que habían observado el entorno sin los ojos de la televisión no habían notado ningún cambio en el clima (tabla 23).

Las diversas comprobaciones que realizamos para ver si el filtro de la realidad por la televisión cambió el clima de opinión en el año electoral de 1976 se describen detalladamente en otro lugar (Noelle-Neumann 1977b; 1978). De todas formas, no podemos evitar sentir curiosidad por el modo en que se produjo esta impresión de un cambio de clima de opinión. De nuevo entramos en territorios escasamente explorados por la investigación.

Los periodistas no manipularon. Refirieron lo que vieron

Para acercarnos al menos a la solución de este enigma, analizamos las encuestas realizadas a periodistas y los vídeos de programas políticos de televisión de ese año electoral. Según las tesis de Walter Lippmann, no es en absoluto sorprendente que los televidentes vieran esfumarse las posibilidades de la Unión Cristianodemócrata. Los propios periodistas no creían que los cristianodemócratas pudieran ganar las elecciones federales de 1976. En realidad, los dos bandos políticos tenían prácticamente la misma fuerza, y la Unión Cristianodemócrata habría vencido el día de las elecciones, el 3 de octubre de 1976, si 350.000 de los aproximadamente 38 millones de votantes (un 0,9 por ciento) hubieran cambiado su voto del Partido Socialdemócrata o el Partido Demócrata Libre a la Unión Cristianodemócrata. Una estimación objetiva de la situación anterior a las elecciones hubiera conducido a los periodistas a responder a la pregunta «¿Quién cree que va a ganar las elecciones?» con un «Está completamente en el aire». Por el contrario, más del 70 por ciento respondió que creía que iba a vencer la coalición socialdemócrata-liberal, mientras que sólo un 10 por ciento esperaba una victoria cristianodemócrata. Los periodistas veían el mundo de un modo muy distinto al electorado y, si Lippmann tiene razón, sólo podían mostrar el mundo tal como lo veían ellos. En otras palabras, la audiencia tenía dos visiones de la realidad, dos impresiones distintas sobre el clima de opinión: la impresión propia, basada en observaciones de primera mano, y la impresión basada en el ojo de la televisión. Se produjo un fenómeno fascinante: un «clima doble de opinión» (tabla 24).

¿Por qué veían de manera tan diferente la situación política la población y los periodistas? El electorado, al fin y al cabo, todavía creía (en el verano de 1976) que una victoria de los cristianodemó-

cratas era un poco más probable que una victoria de los socialdemócratas y liberales.

Una razón era que la población y los periodistas diferían considerablemente en sus convicciones políticas y sus preferencias por unos u otros partidos. Y, por supuesto, como deja claro Lippmann, las convicciones guiaron sus puntos de vista. Los partidarios del Partido Socialdemócrata y del Partido Demócrata Liberal (los Liberales) veían más indicios de victoria para sus partidos, mientras que los partidarios de la Unión Cristianodemócrata consideraban más probable la victoria de su propio partido. Esto es así en general, y así fue en el caso de la población y de los periodistas en 1976. Como la población en general estaba dividida a partes casi iguales entre el Partido Socialdemócrata-Partido Demócrata Libre, por una parte, y la Unión Cristianodemócrata por la otra, mientras que los periodistas se decantaban en una proporción de tres a uno a favor del Partido Socialdemócrata y el Partido Demócrata Libre, era natural que percibieran la realidad de manera distinta.

La descodificación del lenguaje de las señales visuales

Así comenzó la expedición por el territorio virgen para la investigación del modo en que los periodistas de televisión transmiten sus percepciones a los televidentes mediante las imágenes y el sonido. Primero dirigimos nuestra mirada hacia los Estados Unidos, Gran Bretaña, Suecia y Francia en la esperanza de que los investigadores de la comunicación de esos países ya hubieran resuelto el problema. Pero no-encontramos nada. Después organizamos un seminario -de estudiantes, ayudantes y profesores- y nos examinamos a nosotros mismos. Contemplamos, sin discusión previa, grabaciones en vídeo de congresos políticos o de entrevistas con políticos, e inmediatamente después respondimos cuestionarios sobre el modo en que nos habían influido las personas que habíamos visto. Donde coincidíamos en nuestra descodificación del mensaje visual, intentábamos indagar las claves que habíamos empleado para obtener esa impresión particular. Por último, invitamos a conocidos investigadores de la comunicación -como Percy Tannenbaum, de la Universidad de California (Berkeley), y Kurt y Gladys Engel Lang, de la Universidad Stony Brook de Nueva York- al Instituto de Publicística de Maguncia. Les mostramos los vídeos de los programas políticos y les pedimos consejo. Percy Tannenbaum sugirió que hiciéramos una encuesta a los cámaras preguntándoles qué técnicas visuales empleaban cuando querían lograr un efecto determinado. O podíamos preguntarlo al revés: cómo evaluaban el efecto de los distintos planos y las distintas técnicas sobre los televidentes. Llevamos a la práctica

esta sugerencia en 1979 (Kepplinger 1983; Kepplinger y Donsbach 1982). La mayoría de los cámaras, el 51 por ciento, respondió a nuestras preguntas escritas, y recibimos 151 cuestionarios. El 78 por ciento de los cámaras creía «muy probable» y el 22 por ciento «bastante posible» que «un cámara pudiera conseguir, por métodos puramente ópticos, que se viera a las personas más positiva o más negativamente». ¿Qué técnicas pueden producir estos efectos?

Los cámaras encuestados estaban mayoritariamente de acuerdo en un punto. Dos tercios de los cámaras harían un plano frontal a la altura de los ojos a los políticos que les gustasen, ya que, en su opinión, esto tendería a despertar simpatía y a causar una impresión de calma y de espontaneidad. Ninguno de ellos los enfocaría desde arriba (plano picado) o desde abajo (plano contrapicado), ya que estas posiciones tenderían a provocar antipatía y a producir una impresión de debilidad o de vacuidad.

El profesor Hans Mathias Kepplinger y un grupo de trabajo estudiaron después las grabaciones en vídeo de la campaña electoral tal como la habían cubierto las dos cadenas de televisión alemanas, la ARD y la ZDF, entre el 1 de abril y las elecciones del 3 de octubre de 1976. Entre otras muchas cosas descubrieron que Helmut Schmidt apareció sólo 31 veces en planos picados o contrapicados, mientras que Kohl apareció así 55 veces. Pero hubo que interrumpir la investigación por las protestas de los periodistas y los cámaras, que se oponían a que se analizasen los efectos de los ángulos de las cámaras.

Actualmente, más de una década después, seguimos investigando cómo transmiten los periodistas de televisión sus percepciones a los televidentes mediante las imágenes y el sonido. Pero en este tiempo ha remitido la indignación causada por el estudio científico de los cámaras y de los montadores. Estudios experimentales publicados posteriormente han confirmado definitivamente la influencia ejercida por las técnicas de filmación y montaje sobre las concepciones de la realidad de los televidentes. Estos estudios, sin embargo, se han escrito tan desapasionadamente, que probablemente no vayan a servir de estímulo para ulteriores investigaciones (Kepplinger 1987, 1989b).

Además, no ha habido elecciones federales en Alemania con unos resultados tan igualados como los de las elecciones de 1976. No habrá, por supuesto, acusaciones virulentas sobre la influencia de los medios en el clima de opinión, si esa influencia no puede ser decisiva, por depender el resultado de unos pocos centenares de miles de votos. Esta ausencia de interés público ha sido en realidad favorable para la investigación de la comunicación que aspira a determinar la influencia de las imágenes de la televisión sobre los televidentes.

Michael Ostertag dedicó su tesis (1992), elaborada en el Instituto de Publicística de Maguncia al tema de cómo afectan las preferencias políticas de los periodistas a los políticos entrevistados en la televisión, y cómo este efecto, a su vez, configura las impresiones que los políticos causan en el público. Analizando 40 entrevistas televisadas con los principales candidatos -Schmidt, Kohl, Strauss y Genscher- realizadas durante la campaña de las elecciones federales de 1980, Ostertag y sus colaboradores trabajaron con el sonido apagado. Querían evitar ser influidos por los argumentos esgrimidos y el lenguaje utilizado, así como por los elementos relacionados con el habla, tales como el timbre de voz, la entonación y las pausas deliberadas; en otras palabras, por los considerados «modos de expresión paraverbales» o «paralingüísticos». Su único interés residía en los contenidos visuales.

La investigación de Ostertag incluía una comparación de las expresiones faciales y los gestos de los cuatro políticos alemanes principales según fuesen entrevistados por un periodista con opiniones políticas similares o por uno que se inclinara hacia el otro bando. El resultado fue que las expresiones faciales y los gestos típicos de los cuatro políticos eran esencialmente los mismos en todas las entrevistas. Había, sin embargo, un cambio de grado. Cuando hablaban con un periodista de otra tendencia política, el asentimiento rítmico con la cabeza de los políticos se volvía más intenso al hablar; y el proceso de apartar la mirada o mirar fijamente a la otra persona se prolongaba. Esta intensidad parecía producir un efecto desfavorable en el televidente. Entrevistados por periodistas con los que parecían estar de acuerdo, los cuatro políticos recibieron una mayoritaria valoración positiva de los televidentes, mientras que los políticos que discutían con el entrevistador obtenían una valoración negativa (Ostertag 1992, 191 y sigs.).

Sin embargo, aunque ahora podemos identificar algunas de las señales visuales que influyen en la opinión sobre los políticos que aparecen en la televisión, la investigación aún tiene que avanzar mucho antes de poder determinar realmente cómo transmite la televisión el clima de opinión.

22. El clima doble de opinión

En Germany at the Polls the Bundestag Election of 1976 (Alemania en elecciones. Las elecciones al Bundestag de 1976), el politólogo estadounidense David P. Conradt informó a sus compatriotas interesados por la política que

Los estrategas de la Unión... intentaron hacer funcionar la espiral del silencio a favor de la Unión en 1976. En la convención del partido en Hamburgo de diciembre de 1973 se mostraron [los] des cubrimientos a los líderes del partido. En 1974 se repartieron entre los activistas resúmenes simplificados del concepto de la espiral del silencio... Por último, la decisión de comenzar la campaña de anuncios y carteles de la Unión por todo el país antes de que lo hiciera el Partido Socialdemócrata fue también resultado de la tesis [de la espiral del silencio], que, en términos operativos, significaba que el partido tenía que hacerse visible antes de que la campaña socialdemócrata estuviera en pleno funcionamiento (Conradt 1978, 41).

La lucha contra la espiral del silencio

De hecho, en 1976 las bases no actuaron igual que en 1972. No hubo espiral del silencio. Los partidarios de los cristianodemócratas demostraron en público sus convicciones, llevaron pins y pusieron pegatinas en sus coches tanto como los partidarios de los socialdemócratas. Discutían donde se les pudiera oír y recorrían los distritos buscando votos en favor de su causa. Cinco o seis semanas después de las elecciones, cuando se preguntó a la gente por los seguidores del partido que se habían mostrado más activos en la campaña, el 30 por ciento mencionó a los cristianodemócratas y sólo el 18 por ciento a los socialdemócratas.

El «clima doble de opinión» -es decir, la diferencia entre el clima percibido por la población y el clima representado por los medios- fue suficientemente fuerte en 1976 como para impedir un «efecto de carro ganador» en la dirección del vencedor previsto. Ésta fue probablemente la primera vez que un grupo ha luchado conscientemente contra el «efecto de carro ganador» en una campaña electoral moderna. Los dos bandos políticos llevaban meses compitiendo con fuerzas prácticamente idénticas (figura 22). Y siguieron empatados durante el escrutinio electoral la noche del 3 de octubre de 1976, hasta que el Partido Socialdemócrata-Partido Demócrata Libre consiguió al final una minúscula ventaja. Todavía no tenemos suficiente experiencia como para poder decir si la Unión Cristianodemócrata hubiera podido ganar, si el clima de los medios de comunicación no hubiera estado en contra de ella. El clima doble de

opinión es un fenómeno fascinante. Es tan interesante como una situación meteorológica infrecuente o un amplio panorama como el que el viento cálido de primavera sólo deja aparecer quizá una vez al año, como un arco iris doble o una aurora boreal, ya que sólo se da en circunstancias muy especiales. Sólo se produce cuando el clima de opinión entre la gente y el predominante entre los periodistas de los medios son diferentes. Este fenómeno, sin embargo, permite elaborar un útil instrumento. Siempre que aparezca una discrepancia entre las opiniones o las intenciones tal como las expresan realmente los individuos y la estimación de qué debe pensar la mayoría o -lo que viene a ser lo mismo- quién va a vencer, merece la pena comprobar la hipótesis de que el error de juicio haya podido ser provocado por los medios de comunicación.

La ignorancia pluralista: la gente se engaña sobre la gente

Cuanto más se estudia la cuestión, más difícil parece evaluar los efectos de los medios de comunicación. Estos efectos no proceden de un único estímulo. Suelen ser acumulativos, según el principio de que «muchas gotas de agua desgastan la piedra». Las conversaciones continuas entre la gente extienden los mensajes de los medios, y no mucho después ya no se percibe diferencia alguna entre el lugar de recepción de los medios y los lugares muy alejados de él. La influencia de los medios es predominantemente inconsciente. La gente no puede informar sobre lo que ha sucedido. Más bien, mezcla sus propias percepciones directas y las percepciones filtradas por los ojos de los medios de comunicación en un todo indivisible que parece proceder de sus propios pensamientos y experiencias, como predijo Walter Lippmann. La mayor parte de estos efectos de los medios suceden indirectamente, como de rebote, en la medida en que el individuo adopta los ojos de los medios y actúa en consecuencia. Todas estas circunstancias hacen que parezca particularmente necesario hallar procedimientos sistemáticos para investigar los efectos de los medios de comunicación. Lo que los sociólogos estadounidenses han llamado «ignorancia pluralista»¹⁹, una situación en la que la gente tiene una idea equivocada de lo que piensa la mayoría de las personas, servirá de guía para rastrear la influencia de los medios.

Recordemos una observación expuesta en el capítulo 3 de este libro. Se refería a un test que fracasó, el de un dibujo de varias personas sentadas juntas amistosamente y una sentada aparte, separada,

¹⁹ Merton 1968; Fields y Schumann 1976; O'Gorman y Garry 1976; Taylor 1982; Katz 1981.

aislada. Intentábamos descubrir si los encuestados eran conscientes de la relación existente entre la opinión minoritaria y el aislamiento, de modo que atribuyeran, sin dudarlo, una opinión claramente minoritaria a la persona que aparecía aislada.

La opinión minoritaria que utilizamos en este test se refería a la posibilidad de nombrar jueces a miembros del Partido Comunista Alemán. Cuando se realizó el test, en abril de 1976, sólo el 18 por ciento de la población estaba de acuerdo con esa idea, mientras que el 60 por ciento se oponía a ella. Sólo el 2 por ciento imaginaba que la mayoría de la población estaba a favor de la medida, mientras que el 80 por ciento suponía que la mayoría estaba en contra. Como dijimos, el test no funcionó. Casi la misma proporción de encuestados vio a la persona aislada tanto favorable como contraria al nombramiento de jueces del Partido Comunista. ¿Indica esto la presencia de un clima doble de opinión? ¿Atribuyeron algunos encuestados la opinión minoritaria al solitario mientras que otros, que veían por los ojos de los medios, atribuían a esta figura aislada la opinión mayoritaria, que los medios de comunicación solían desdeñar como extremadamente conservadora e incorregiblemente antiliberal?

23. La función de articulación: aquellos cuyo punto de vista no está representado en los medios de comunicación están realmente mudos

Los científicos tienden a ser personas muy vulnerables. Cuando vi por primera vez los resultados del test del tren con la pregunta de si habría que permitir el nombramiento de jueces del Partido Comunista, tuve que frotarme los ojos. Parecía una clara refutación de la espiral del silencio. Los que apoyaban la opinión mayoritaria, plenamente conscientes de ser la mayoría, querían permanecer en silencio. Más del 50 por ciento de los partidarios de la opinión minoritaria estaban dispuestos a participar en conversaciones (tabla 25).

El núcleo duro

Las primeras comprobaciones de la espiral del silencio, realizadas en 1972, ya demostraron que la regla tenía excepciones. Un aspecto importante del examen empírico de las teorías consiste en determinar sus límites, en encontrar las condiciones en las que una teoría no se confirma y debe, por ello, modificarse. Desde los primeros test habíamos descubierto que la minoría que seguía a Franz Josef Strauss a principios de los años setenta estaba mucho más dispuesta a entrar en conversación en el test del tren que la abrumadora mayoría de los oponentes de Strauss (tabla 26) (NoelleNeumann 1974-1979, 189-190).

En ese momento dimos por primera vez con el núcleo duro, la minoría que queda al final de un proceso de espiral del silencio desafiando la amenaza de aislamiento. El núcleo duro está, en un cierto sentido, relacionado con la vanguardia, ya que considera el aislamiento como un precio que debe pagar. A diferencia de los miembros de la vanguardia, un núcleo duro puede dar la espalda al público, puede encerrarse completamente cuando se encuentra en público con desconocidos, se puede encapsular como una secta y orientarse hacia el pasado o hacia el futuro más lejano. La otra posibilidad es que el núcleo duro crea ser simultáneamente una vanguardia. Esto lo demuestran en su disposición a expresarse, una disposición tan intensa al menos como la de la vanguardia. Los núcleos duros que confían en el futuro se envalentonan debido a un proceso demostrado empíricamente por el psicólogo social estadounidense Gary I. Schulman (1968): los partidarios de una opinión mayoritaria que alcanza una extensión suficiente llegarán, con el tiempo, a ser incapaces de argumentar adecuadamente a su favor, ya que nunca

encuentran a nadie que tenga una opinión diferente. Schulman halló personas que opinaban que había que lavarse los dientes una vez al día y que perdían toda su seguridad cuando se les confrontaba de repente con alguien que no compartía su opinión.

En cualquier caso, los seguidores de Strauss no tendían en absoluto a dar la espalda al público. No se escondían en un agujero ni se convertían en una secta. No excluían ciertamente la posibilidad de recuperar terreno en un futuro próximo. Eran un núcleo duro que se veía a sí mismo como una vanguardia y, por esta razón, a pesar de representar una opinión minoritaria, estaban dispuestos a participar en una conversación directa.

No hay palabras si los medios de comunicación no las suministran

Pero algo más sucedía en la cuestión de si habría que permitir que se nombraran jueces del Partido Comunista. Los que estaban a favor de esos nombramientos no constituían un núcleo duro, y la gran mayoría de los que estaban en contra no habían dejado de oponerse activamente. De hecho, el temor a que el comunismo ganara terreno era tan grande como siempre. El sorprendente número de los que se quedaban callados en el test del tren tanto con los que compartían su opinión como con los que sostenían la opinión contraria tenía que deberse a alguna razón desconocida. ¿Podía ser que no tuvieran palabras porque la oposición a los jueces comunistas se hubiera articulado pocas veces en los medios de comunicación, especialmente en la televisión?

Si aceptamos esta hipótesis, tendremos que añadir otra función a las ya conocidas de los medios: la función de articulación. Los medios suministran a la gente las palabras y las frases que pueden utilizar para defender un punto de vista. Si la gente no encuentra expresiones habituales, repetidas con frecuencia, en favor de su punto de vista, cae en el silencio; se vuelve muda.

Gabriel Tarde escribió en 1898 un ensayo titulado «Le public et la foule» (El público y la muchedumbre). Terminamos nuestra discusión de la opinión pública y los efectos de los medios de comunicación con las reflexiones finales de Tarde:

Un telegrama privado dirigido al redactor jefe da lugar a una noticia sensacional intensamente cercana, que conmueve instantáneamente a las muchedumbres de todas las grandes ciudades del continente. A partir de estas muchedumbres dispersas, en contacto íntimo, aunque distante, por su conciencia de la simultaneidad y de la interacción creadas por la noticia, el periódico creará una muchedumbre inmensa, abstracta y soberana a la que llamará opinión. El periódico ha

completado así la obra ancestral iniciada por la conversación, extendida por la correspondencia, pero que siempre permaneció en un estado de esbozo disperso e insinuado: la fusión de las opiniones personales en las opiniones locales, y de éstas en la opinión nacional y mundial, la grandiosa unificación de la mente pública... Ésta es un poder enorme que sólo puede aumentar, porque la necesidad de estar de acuerdo con el público del que se forma parte, de pensar y actuar de acuerdo con la opinión, se hace más fuerte e irresistible a medida que el público se vuelve más numeroso, la opinión más imponente y la necesidad se satisface más a menudo. Por eso no debería sorprendernos ver a nuestros contemporáneos tan dóciles ante el viento de la opinión del momento, ni habría que deducir de ello que se les hubiera ablandado el carácter. Cuando una tormenta derriba los álamos y los robles, no es porque éstos hayan crecido más débiles, sino porque el viento se ha intensificado (Tarde 1969, 318).

¿Qué habría escrito Tarde en la era de la televisión?

24. Vox populi, vox Dei

-Ahora Elisabeth, dijo mi amiga burlonamente a sus otros invitados, va de puerta en puerta preguntando: «¿Está de acuerdo o en desacuerdo con Adenauer?».

Era en Munich, en el invierno de 1951-1952, y yo había ido a dar por pura casualidad en esta fiesta de intelectuales. Mi amiga me había dicho por teléfono que me dejara caer por allí. Habíamos sido compañeras de colegio. ¿Cuándo nos habíamos visto por última vez? En 1943 o 1944, en la Limonenstrasse de Berlin-Daldem, junto al jardín botánico, al sudoeste de la ciudad, en el trayecto por el que habían llegado los bombarderos desde el oeste. La casa estaba en ruinas, las paredes, agrietadas, la habitación, medio vacía. Habían sacado los muebles, las alfombras y los cuadros.

Su pregunta me hizo volver al tema de la investigación sobre la opinión pública. ¿Qué valor tenían esas opiniones? No podía explicárselo a ese círculo de literatos, artistas y académicos, aunque no hubiera sido tan tarde, aunque no hubieran bebido tanto y la habitación no hubiera estado tan oscura y llena de humo.

«¿Está de acuerdo, en general, con la política de Adenauer o no lo está?» Ésta fue la pregunta con la que encontré por primera vez, en 1951, la fuerza de lo que iría entendiendo después poco a poco como los conceptos de lo público y de la opinión pública. En aquella época probaba los cuestionarios en Allensbach antes de enviarlos a cientos de encuestadores en toda Alemania. Había entrevistado frecuentemente a la joven esposa de un guardavías con preguntas que se repetían, y conocía sus respuestas. Ya había oído al menos ocho veces que ella no estaba de acuerdo con Adenauer; pero, actuando concienzuda y estrictamente según las reglas -había que probar el cuestionario y decidir respecto a su alcance-, le leí una vez más la pregunta: «¿Está de acuerdo, en general, con la política de Adenauer o no lo está?». «De acuerdo», respondió. Intenté ocultar mi sorpresa, porque se supone que los encuestadores no deben demostrar sorpresa. Unas cuatro semanas después tenía en la mesa, delante de mí, los resultados de nuestra nueva encuesta. Comprobé que en un mes, de noviembre a diciembre, el nivel de acuerdo con Adenauer en la República Federal de Alemania había dado un salto de ocho puntos hasta llegar al 31 por ciento, después de estar mucho tiempo estabilizado entre el 24 y el 23 por ciento. Desde entonces siguió aumentando hasta que el 57 por ciento se mostró «de acuerdo»

en el año de elecciones parlamentarias de 1953²⁰, con «el volumen y la extensión de una marea», como dijo Ross (1969, 104). ¿Por qué medios había llegado la ola de presión que barría la República Federal a la esposa del guardavías? ¿Y qué valor tenía esa opinión?

Destino, no razón

¿*Vox populi, vox Dei*? Si rastreamos la historia de esta máxima, la encontramos ya en 1329 (Boas 1969, 21; Gallacher 1945). En el 7981a mencionaba Alcuino, un docto anglosajón, en una carta a Carlomagno, empleándola como si fuera una expresión común, conocida. El testimonio más remoto se remonta al siglo VIII antes de Cristo, cuando el profeta Isaías proclamó: *Vox Populi de civitate vox de templo. Vox domini reddentis retributionem inimicis suis* (Voz de alboroto en la ciudad, voz del templo. Es la voz del Señor que da a sus enemigos lo que se merecen)²¹.

A lo largo de los siglos, el péndulo ha oscilado entre el desdén y algo parecido a la reverencia por parte de los que evocaban esta fórmula. Hofstadter, en su *Psychologie der öffentlichen Meinung* (Psicología de la opinión pública), pensaba que «identificar la voz del pueblo con la voz de Dios es una blasfemia» (1949, 96). El canciller alemán del Reich von Bethmann Hollweg (1856-1921) opinaba que la formulación más correcta era «Voz del pueblo, voz de ganado», y con ello sólo copiaba la versión que el discípulo de Montaigne, Pierre Charron, propuso en 1601 como más adecuada: *Vox populi, vox stultorum* (Voz del pueblo, voz de la estupidez). La inspiración de Charron procedía del *Ensayo sobre la fama* de Montaigne, en el que se discute la incapacidad de la muchedumbre para apreciar el carácter de los grandes hombres y sus altos logros.

¿Es razonable hacer que la vida del sabio dependa del juicio de los tontos? ...¿Hay algo más tonto que pensar que todos juntos son valiosos mientras que cada uno de ellos por separado no vale nada? Quien intenta satisfacerlos no lo ha hecho nunca... Ningún arte, ningún espíritu benigno podría dirigir nuestros pasos para que siguiéramos a un guía tan extraviado y desquiciado. En esta jadeante confusión de brutos, en este frívolo caos de informaciones y de opiniones vulgares que todavía nos impulsa, no puede establecerse un rumbo correcto. No seamos tan volubles y tan titubeantes y volvamos a nosotros mismos.

²⁰ Neumann y Noelle 1961, 44-45; véase también Institut für Demoskopie Allensbach, «Die Stimmung im Bundesgebiet» (diagrama), octubre de 1952.

²¹ La Vulgata, Isaías 66, 6 (Traducción latina realizada por san Jerónimo en el siglo IV d.C.).

Sigamos constantemente a la razón. Y que la aprobación vulgar nos siga por ese camino, si le place (citado en Boas 1969, 31-32).

Alcuino escribe en el mismo espíritu en su nota del 798 a Carlomagno: «Y tampoco hay que escuchar a los que acostumbran a decir "La voz del pueblo es la voz de Dios". Porque el clamor del vulgo está muy cerca de la locura» (*ibid.*, 9).

Así se expresan todos los que, a lo largo de los siglos y los milenios, traducen «vox Dei» como «voz de la razón» y buscan en vano esa razón en la voz del pueblo, la opinión pública.

Pero otra interpretación completamente diferente acompaña a ésta. «Voz de alboroto en la ciudad, voz del templo. Es la voz del Señor que da a sus enemigos lo que se merecen», dijo el profeta Isaías. Alrededor del 700 a.C., Hesíodo describió -aunque sin emplear esos términos- la «opinión pública» como un tribunal moral, un control social, y señaló que podía convertirse en destino: «Haz eso. Y evita el habla de los hombres. Porque el Habla es tramposa, frívola y se despierta fácilmente, pero es difícil soportarla y librarse de ella. El Habla nunca muere del todo cuando muchos la vocean. El Habla es incluso en cierto modo divina» (Hesíodo 1959, 59).

La actitud del filósofo romano Séneca era de reverencia: «Créanme, la lengua del pueblo es divina» (*Controversae* 1.1.10). Y alrededor de un milenio y medio después añade Maquiavelo: «No sin razón se llama a la voz del pueblo la voz de Dios, ya que una *opinione universale* predice los acontecimientos de un modo tan maravilloso que podría creerse en un oculto poder de profecía» (citado en Bucher 1887, 77).

No es la razón la que hace digna de ser tenida en cuenta a la opinión pública, sino precisamente al contrario: el elemento irracional, el elemento de futuro, de destino. De nuevo, Maquiavelo: *Quale fama, o voce, o opinione fa, che il popolo comincia a favorire un cittadino?* (¿Qué fama, qué voz, qué movimiento de opinión hace que el pueblo empiece a favorecer a un ciudadano?) (*ibid.*)

«Voz del pueblo, voz del destino»: ésta fue la aportación de Karl Steinbuch a la interpretación cuando comparó los resultados de una pregunta de Allensbach planteada anualmente al final del año sobre el producto nacional bruto del año siguiente. Ésta es la pregunta: «¿Espera el año que viene con esperanza o con temor?». Los niveles altos o bajos de esperanza al final de un año no correspondían al mayor o menor crecimiento económico durante ese año, sino al del año siguiente (figura 23).

Hegel se sitúa entre las dos tendencias -«Voz del pueblo, voz de ganado» y «La lengua del pueblo es divina»- en sus reflexiones sobre la opinión pública.

La opinión pública, pues, merece tanto respeto como desdén, éste por su conciencia y su expresión concretas, aquél por su base esencial, que brilla bastante apagadamente en la expresión concreta. Como la opinión pública en sí misma no tiene criterios de discernimiento ni capacidad para convertir el aspecto substantivo en conocimiento estricto, ser independiente de ella es la primera condición formal para lograr cualquier cosa grande y racional, tanto en la vida como en la ciencia. Se puede garantizar que el gran logro acabará siendo aceptado por la opinión pública, reconocido y convertido en uno de sus propios prejuicios. Corolario: La opinión pública contiene todo lo que es falso y todo lo que es cierto, pero sólo el gran hombre puede encontrar la verdad en ella. El que es capaz de expresar lo que dice su tiempo y de realizar lo que éste desea es el gran hombre de la época. Hace lo que es intrínseco y esencial a la época, y la encarna. Y el que no sepa despreciar la opinión pública, tal como puede oírla aquí y allá, nunca se elevará a la grandeza (Hegel 1970, 485-486, párrafo 318).

A finales del siglo XVIII Wieland hizo popular en Alemania la expresión «opinión pública». En la novena de sus «Conversaciones confidenciales», «Sobre la opinión pública» (1794), los dos personajes concluyen así su diálogo:

Egbert: Toda declaración de la razón tiene la fuerza de una ley y no necesita convertirse para ello antes en opinión pública.
Sinibald: Por favor, di mejor que debería tener la fuerza de una ley y que sin duda la tendrá en cuanto sea proclamada opinión de la mayoría.
Egbert: Eso tendrá que decidirlo el siglo XIX.

Lothar Bucher, que cita este diálogo de Wieland, termina su ensayo con estas palabras: «Sinibald y Egbert discuten largamente cómo se comportan la una con la otra la razón y la opinión pública, y dejan la decisión al siglo XIX. Dejemos nosotros que sea el siglo XX el que concluya esta conversación» (Bucher 1887, 80). ¿Se la encomendaremos nosotros al siglo XXI?

Definiciones operativas para las investigaciones empíricas sobre la opinión pública

Cuando se reflexiona sobre el gran esfuerzo que se ha dedicado durante un período de tiempo tan dilatado para definir la opinión pública, se hace necesario explicar por qué en este libro he presentado deliberadamente un aparato de definiciones tan escaso. Harwood Childs recogió más de cincuenta definiciones, incluyendo entre ellas algunas confusas descripciones de características, formas, orígenes,

funciones e innumerables categorías de contenido. La sobrea-bundancia y la densidad de sus definiciones me incitó a buscar un nuevo comienzo, una definición sencilla que, a diferencia del arsenal de definiciones de la obra de Childs, que tanto desanima, posibilitara el análisis empírico. Busqué una definición operativa. Tenía que permitir plantear investigaciones y derivar de ella proposiciones comprobables. Ese objetivo me ha llevado a ofrecer esta definición: «Las opiniones públicas son actitudes o comportamientos que se deben expresar en público para no aislarse. En ámbitos de controversia o de cambio, las opiniones públicas son las actitudes que pueden expresarse sin correr el peligro de aislarse». Esta definición puede verificarse con los métodos de investigación mediante encuestas y con las observaciones representativamente distribuidas. ¿Están tan alterados todos los preceptos, las morales y tradiciones que la opinión pública en ese sentido ya no existe, de modo que se puede hacer o decir cualquier cosa sin aislarse? Esta cuestión la discutimos en un seminario celebrado en la Universidad de Maguncia. Uno de los participantes dijo que basta con ir a un funeral con un traje rojo para comprobar que la opinión pública en ese sentido sigue existiendo en la actualidad. También pueden describirse opiniones y modos de comportamiento en una encuesta, y preguntar cuáles de estas opiniones y formas de comportamiento resultarían tan perturbadoras para el entrevistado que no querría vivir en la misma casa que el que las mantuviera, ni encontrarle en una fiesta, ni trabajar en el mismo lugar que esa persona. Sigue habiendo un gran número de actitudes y conductas que pueden aislar a una persona, como demuestra este test.

Otra definición que constituye un punto de partida del que pueden deducirse proposiciones comprobables es ésta: «La opinión pública es el acuerdo por parte de los miembros de una comunidad activa sobre algún tema con carga afectiva o valorativa que deben respetar tanto a los individuos como a los gobiernos, transigiendo al menos en su comportamiento público, bajo la amenaza de quedar excluidos o de perder la reputación ante la sociedad». Esta segunda definición recalca el correlato del miedo al aislamiento: el acuerdo social.

De ambas definiciones pueden deducirse proposiciones sobre la importancia de hablar o permanecer en silencio, sobre la capacidad intuitiva estadística de las personas de observar a la gente y sobre el lenguaje de pistas que forma parte de esa capacidad, un lenguaje que todavía no se ha decodificado sistemáticamente, aunque ya lo entendemos intuitivamente. Es posible teorizar sobre cómo este órgano cuasiestadístico, inconsciente, de registro de frecuencias, se atrofia en los períodos de estabilidad y se pone en guardia en los

períodos de inestabilidad y de cambio. O sobre cómo la amenaza de aislamiento aumenta en intensidad cuanto más pelagra el mantenimiento de la sociedad. Se pueden deducir proposiciones sobre la influencia de los medios de comunicación, sobre el modo en que se concede o se niega la publicidad, sobre cómo se formulan los argumentos en palabras o se dejan sin explicitar de modo que no exista el vocabulario que podría difundir un tema e introducirlo en la agenda de la discusión pública. Se pueden deducir proposiciones sobre las dos fuentes de la opinión pública y sobre cómo puede formarse a partir de ellas un clima doble de opinión. Desde estas definiciones pueden diseñarse instrumentos -especialmente cuestionarios de encuesta- destinados a medir la cantidad de aislamiento que acompaña a una opinión o un comportamiento determinados, el grado de afecto, el grado de acuerdo y de rechazo; a medir las señales de la disposición del público a manifestar puntos de vista o a quedarse en silencio; y a medir los signos de polarización.

El traje nuevo del emperador.

La opinión pública está vinculada a un lugar y una época determinados

Cuando, en la primera mitad de este siglo, la espesura de las definiciones de la opinión pública se había vuelto demasiado impenetrable, se multiplicaron las voces que pedían el abandono del concepto por haber perdido toda utilidad. Después de esas exigencias no sucedió nada. A pesar de su falta de claridad el uso del concepto aumentó en lugar de disminuir. Ésta era la sorprendente conclusión a la que llegaba W. Phillips Davison en su artículo sobre la opinión pública de la *International Encyclopedia of the Social Sciences* de 1968.

En diciembre de 1965 comenzaba mi lección inaugural en la Universidad de Maguncia con estas palabras:

La opinión pública: de algún modo misterioso este concepto ha conservado su atractivo. Al mismo tiempo, los escritores y los estudiosos que se han atrevido a tratar el tema no han podido evitar defraudar a su público. Cuando demuestran que la «opinión pública» no existe, que se trata de una ficción, no resultan convincentes. «El concepto sencillamente se niega a morir», se lamentaba Dovifat...

¿Qué significa esta testarudez con la que el concepto se empeña en sobrevivir? ¿Por qué esta sensación de desengaño cuando se ha intentado analizar sus definiciones? Significa que el concepto de opinión pública refleja una realidad que estos esfuerzos conceptuales todavía no han podido capturar (Noelle 1966, 3).

Refleja una realidad... Esto no nos sirve para nada. Hay que definir esa realidad. Después, de repente, vemos huellas de esa realidad sembradas por el lenguaje, entre palabras sencillas, palabras que carecen de sentido, si no somos cada vez más conscientes de la sensibilidad de nuestra piel social, si no reprimimos temporalmente nuestro yo ideal, la persona razonable que creemos ser. ¿Cuáles son algunas de estas palabras? Perder la reputación; lo público como esfera en la que se puede perder la reputación, hacer el ridículo, «meter la pata»; resultar algo embarazoso; calumniar a alguien; estigmatizar a alguien. Si no afrontamos esta realidad, no podremos entender lo que el poeta Max Frisch quería decir con la fórmula que empleó en el discurso inaugural de la Feria del Libro de Frankfurt: «La esfera pública: ¿la soledad al descubierto?» (Frisch 1976, 56). Está el individuo, y está también la muchedumbre que le juzga bajo su capa invisible de anonimato: esto es lo que Rousseau describió y llamó opinión pública.

Tenemos que aferrar esta realidad de la opinión pública, esta creación que está ligada a un espacio, ligada a un tiempo. De otro modo nos engañaremos suponiendo que no habríamos permanecido inmóviles, como todos los demás, cuando el emperador entró con su traje nuevo. El cuento de Andersen trata sobre la opinión pública dominando un escenario, reinando en un lugar determinado. Si un extranjero hubiera llegado en ese momento, apenas habría podido contener su sorpresa. Y está la cuestión del tiempo. Como los que han venido después, pensaremos tan injusta y tan ignorantemente como la gente de la Edad Media pensaba sobre las causas de las enfermedades. Juzgaremos las palabras y las acciones del pasado como si hubieran sido pronunciadas o realizadas en nuestros tiempos; pero, al hacerlo, nos convertiremos en unos ignorantes que no saben nada sobre el fervor de una era. Un agente de prensa del Ministerio de Cultura de Suecia dijo: «Queremos que el sistema escolar parezca un césped bien segado. No queremos tener una flor aislada por aquí y otra por allá. Todo debería ser un único césped bien segado» (*Die Welt*, 12 de octubre de 1979, 6). Esto es el *Zeitgeist* (espíritu de la época) comprimido en una fórmula como lo describió Lippmann, que describiría más tarde cómo las fórmulas se desmoronan y se vuelven incomprensibles para los que vienen después. Hasta esa frase sobre el césped bien segado podría dejar de comprenderse algún día.

Aguzar la sensibilidad ante la propia época y, simultáneamente, la capacidad de comprender la opinión pública sería un objetivo digno de ser logrado y aprendido. ¿Qué significa ser un «contemporáneo»? ¿Qué significa la «intemporalidad»? ¿Por qué insistía Hegel tanto en el elemento temporal: «El que es capaz de expresar lo que dice su

tiempo y de realizar lo que éste desea es el gran hombre de la época»? Deberíamos entender lo descrito por el autor alemán Kurt Tucholsky cuando dijo: «Nada es más duro y nada requiere más carácter que encontrarse en conflicto abierto con la propia época y decir "NO" con fuerza» (1975, 67). Y lo que caricaturizó Jonathan Swift en 1706 cuando escribió: «Reflexionamos sobre las cosas pasadas, como guerras, negociaciones, facciones y otras semejantes. Compartimos tan poco esos intereses que nos maravilla que la gente pudiera estar tan ocupada e inquieta por asuntos tan transitorios. Miramos al presente y hallamos la misma actitud, pero no nos sorprende... No se escucha a ningún predicador, excepto al tiempo, que nos da el mismo curso y sesgo de pensamiento que los mayores han intentado en vano meternos antes en la cabeza» (Swift 1965, 241).

En octubre de 1979, cuando una afirmación de la premio Nobel Madre Teresa se hizo inmediatamente famosa en todo el mundo, me pregunté si nuestra época habría empezado a percibir y respetar la sensible naturaleza social de la humanidad. La afirmación decía: «La peor enfermedad no es la lepra ni la tuberculosis, sino la sensación de no ser respetado por nadie, de no ser querido, de ser abandonado por todos». Quizá dentro de poco tiempo la gente no pueda entender cómo una afirmación tan evidente pudo suscitar tal atención.

Dos sentidos de la piel social

Ser despreciado, ser expulsado: ésta es la maldición del leproso. Se puede ser leproso de muchas maneras: físicamente, en las relaciones emocionales con las otras personas y socialmente. Cuanto mejor entendamos la opinión pública, mejor entenderemos la naturaleza social de los seres humanos. No podemos exigir a los que temen convertirse en leprosos sociales que resistan todas las presiones hacia la conformidad, todas las invitaciones a unirse a la multitud. ¿Deberíamos quizá preguntarnos con la psicóloga social Marie Jahoda (1959) cuán independiente debe ser una persona? ¿Cuán independientes nos gustaría que fueran en realidad los buenos ciudadanos? ¿Sería mejor para la sociedad que a la gente no le importase en absoluto la opinión ajena? Jahoda cuestiona que un inconformista radical que se conduzca con completa independencia pueda ser considerado una persona normal. ¿Debemos suponer que ese individuo esté mentalmente enfermo? Ella llega a decir que sólo cuando una persona así haya demostrado su capacidad para amoldarse, se puede reconocer su comportamiento independiente e inconformista como una virtud cívica. Tampoco habría que condenar simplemente a una sociedad como intolerante o liberal cuando

amenace al individuo desviado con el aislamiento para proteger el valor de sus convicciones recíprocamente sostenidas.

«La opinión pública, nuestra piel social» caracteriza ambos aspectos. Por una parte se refiere a nuestra sociedad, protegida y unificada por la opinión pública como por una piel. Por otra parte se refiere a los individuos, ya que los que sufren por la opinión pública sufren por la sensibilidad de su piel social. ¿No expresó de hecho Rousseau, que introdujo el concepto de opinión pública en el lenguaje moderno, lo más importante de ésta cuando la describió como la enemiga del individuo y la protectora de la sociedad?

25. Nuevos descubrimientos

¿Conoció Erasmo de Rotterdam a Maquiavelo? El nombre Erasmo no apareció en el índice de la primera edición alemana de *La espiral del silencio* de 1980. Pero en la primavera de 1989, preparando las clases para la Universidad de Chicago, empecé a investigar la cuestión de si Erasmo había conocido a Maquiavelo.

Perspectivas históricas

Para descubrir cosas nuevas, al estudioso le hace falta suerte además de inteligencia. Yo ciertamente tuve suerte durante el trabajo inicial sobre la espiral del silencio. Fue pura suerte que encontrara en Tönnies una cita de Tocqueville en la que describía la espiral del silencio casi con la exactitud con la que un botánico describiría una planta (Tönnies 1922, 394). Tuve suerte cuando Kurt Reumann, entonces ayudante de investigación en Allensbach, me llamó la atención respecto al capítulo 28, «Sobre otras relaciones», del libro II del *Ensayo sobre el entendimiento humano* de John Locke. Ese capítulo, que había pasado inadvertido en círculos profesionales, contiene una descripción de la ley de la opinión, la reputación y la moda. Después decidimos sistematizar la búsqueda de textos importantes, en lugar de depender del azar y la buena estrella. En el Instituto de Publicística de la Universidad de Maguncia diseñamos el cuestionario sobre libros en lugar de personas (véase más arriba, pág. 92). Durante años hemos utilizado este cuestionario en seminarios realizados en Maguncia para estudiar a unos cuatrocientos autores con el objetivo de descubrir todo lo que pudiéramos sobre la opinión pública²². Así, por ejemplo, descubrimos que en un discurso inaugural de la Feria del Libro de Frankfurt de 1958, Max Frisch había afirmado: *Öffentlichkeit ist Einsamkeit aussen* (La esfera pública es soledad al descubierto, Frisch 1979, 63). Estas palabras sirvieron de clave sobre el miedo al aislamiento que a veces invade a la gente en público. Muchos años después, cuando Michael Hallemann comenzó a estudiar la turbación y demostró que este sentimiento aumenta en proporción al tamaño del público (Hallemann 1990, 133 y sigs.), recordé la formulación de Max Frisch y caí en la cuenta de cómo los escritores se adelantan a los académicos.

Volviendo a Erasmo, Ursula Kiermeier analizó tres textos de Erasmo durante el trimestre de verano de 1988 utilizando el cuestionario sobre la opinión pública. Entre ellos se encontraba *Die Erziehung eines christlichen Fürsten* (La educación de un príncipe cristiano), escrito en

²² El cuestionario se reproduce en el Apéndice.

1516 para aconsejar a Carlos de Borgoña, que entonces tenía diecisiete años y más adelante se convertiría en el emperador Carlos V. Al leer los comentarios de Ursula Kiermeier sobre los textos de Erasmo, me sorprendió la semejanza con los escritos de Maquiavelo. Werner Eckert (1985) había analizado obras de Maquiavelo con el mismo cuestionario para su tesina de licenciatura. Tanto Maquiavelo como Erasmo advertían a sus príncipes que era imposible gobernar en contra de la opinión pública. En el capítulo 4 cité una frase del rey Enrique IV de Shakespeare: «La opinión que me dio la corona». Supuse que Erasmo sólo podía tomarse tan en serio la opinión pública por influencia de Maquiavelo (véase más arriba, págs. 90-91). Pero ahora leía en Erasmo que el poder del gobernante se basa esencialmente en el *consensus populi*. Lo que hace a un rey es la aprobación de la gente: «Creedme: el que pierde el favor del pueblo pierde un importante aliado» (Erasmo [1516] 1968, 149). Hay semejanzas entre los textos de Erasmo y los de Maquiavelo, incluso en los detalles. En la enumeración de las amenazas al gobernante incluso el orden es el mismo: en primer lugar figura el odio de sus súbditos y después su desprecio. Ambos escritores subrayaron que era sumamente importante que el gobernante pareciera grande y virtuoso. Discrepaban, sin embargo, en un punto crucial: Maquiavelo pensaba que no era necesario que el príncipe poseyera esas virtudes; le bastaba aparentarlo. Erasmo, como devoto cristiano, tenía el punto de vista contrario: el príncipe debía poseer todas estas virtudes y no ser culpable de ningún crimen; pero la realidad no era suficiente por sí misma: también tenía que parecer virtuoso ante sus súbditos (Erasmo [1516] 1968, 149 y sigs.; Maquiavelo [1532] 1971, caps. 18, 19).

¿Se conocieron Maquiavelo y Erasmo, o conocieron los escritos el uno del otro? Averigüé que habían nacido aproximadamente al mismo tiempo: Erasmo en 1466 o 1469 en Rotterdam y Maquiavelo en 1469 cerca de Florencia. Pero sus situaciones respectivas eran completamente diferentes. Erasmo, hijo de un sacerdote y de la hija de un médico, sufrió toda su vida por su condición de bastardo. Tras la prematura muerte de sus padres ingresó, siendo todavía joven, en un monasterio. Rápidamente hizo carrera como secretario de un obispo y después como estudioso en la Sorbona. Pero su ilegitimidad le impidió recibir el doctorado en muchas universidades. Finalmente le concedieron uno en la Universidad de Turín, en el norte de Italia, no lejos de la Florencia de Maquiavelo.

Todo estudioso que haya tratado el tema de la amenaza de la opinión pública ha experimentado el aislamiento social. Quizás haya que pasar esa clase de experiencias para ser consciente de la presión de la opinión pública. Erasmo, el «rey de los humanistas», que se

encontraba como en casa en cualquier lugar de Europa, tuvo ocasión de soportar el aislamiento social. Le atacaron en un panfleto por ser un *homo pro se*, una persona arrogante que no necesitaba a los demás. Y Maquiavelo había caído de su poderoso puesto de consejero en Florencia, había sido acusado de traición y torturado, y después había sido desterrado de Florencia a su pequeña hacienda rural.

El príncipe, de Maquiavelo, y *La educación de un príncipe cristiano*, de Erasmo, fueron escritos con pocos años de diferencia. Maquiavelo escribió antes su libro (1513-1514), pero no se publicó hasta 1532. Erasmo escribió *La educación* en 1516 y lo publicó inmediatamente tras mostrárselo a Carlos de Borgoña (más tarde el emperador Carlos V), para quien lo había escrito. Maquiavelo y Erasmo tuvieron una fuente común: ambos basaron sus escritos en la *Política* de Aristóteles²³. Sin embargo, probablemente nunca se conocieron personalmente, según otros autores que ya habían notado la curiosa semejanza entre Erasmo y Maquiavelo y que yo fui descubriendo en el curso de mi investigación, igual que un viajero encuentra huellas inesperadas dejadas por otros visitantes anteriores en algún lugar remoto²⁴.

No me sorprendió, por ello, saber de Juan de Salisbury, un escolástico inglés que empleó las expresiones *publica opinio* y *opinio publica* dos veces en latín en su *Policraticus* de 1159 ([1927] 1963, 39, 130). Aunque al editor inglés del *Policraticus* le parece notable el uso de esas expresiones en un escritor del siglo XII (ibíd., 39, 130), no es sorprendente ya que Juan de Salisbury también había leído a los clásicos de la antigüedad durante el primer período humanista y había hallado en ellos la idea del poder de la opinión pública.

El gran estadista es un experto en opinión pública

El término «opinión pública» no aparece en el Antiguo Testamento, pero el rey David tenía un sentido innato de cómo conducirse respecto a ella. Se desgarró las vestiduras y ayunó hasta la puesta de sol para demostrar su dolor por el asesinato de un poderoso adversario, cuando hubiera sido lógico sospechar que él había sido el instigador del crimen. Estas acciones simbólicas eran más eficaces que ninguna palabra para ganarse a la opinión pública.

²³ Los pasajes consultados tanto por Maquiavelo como por Erasmo están en 1312b, 18-20; 1313a, 14-16; 1314a, 38-40; 1314b, 14-19 y 1314b, 38-39.

²⁴ Véase Geldner 1930, 161. Sobre el problema de si Erasmo conocía los escritos de Maquiavelo véanse por ejemplo Renaudet 1954, 178; Weiland et al. 1988, 71.

El gran espectáculo organizado por el rey David para acompañar el traslado del Arca de la Alianza a Jerusalén «con clamor y sonido de trompetas», al objeto de enfatizar el centro sagrado común de Israel y de Judá, los dos reinos sobre los que reinaba, fue una obra maestra de integración. Pero lo que demuestra que su modo de conducirse ante la opinión pública era más que un ritual elaborado fue el papel que él mismo desempeñó, el modo en que participó personalmente en la procesión, saltando y danzando, vistiendo sólo un taparrabo y humillándose ante el Señor. Su esposa Micol, hija de rey, se burló de él: «¡Qué glorioso ha estado hoy el rey de Israel, desnudándose a los ojos de las siervas de sus siervos como lo haría un frívolo desvergonzado!». Y la respuesta del rey David a la hija de Saúl fue: «Y seré más vil todavía, y me rebajaré a mis propios ojos, y seré así honrado a los ojos de las siervas de las que tú has hablado» (Samuel II, 6.15, 20, 22). Si bien los procedimientos actuales son diferentes, los líderes políticos de nuestra época también «se dan baños de multitudes».

La respuesta de David a su esposa demuestra claramente que sabía lo que estaba haciendo y lo que quería lograr. La historia de los dos emisarios que David envió a Ammón para expresar su dolor por la muerte del rey de los amonitas también debe estudiarse desde el punto de vista de la opinión pública. Janón, el nuevo rey, sospechó que los dos emisarios eran en realidad espías, así que, «cogiendo a los servidores de David, les afeitó la mitad de la barba, les cortó la mitad de las vestiduras, hasta la altura de las nalgas, y los despidió». El relato prosigue: «Cuando se lo contaron a David, éste mandó que les salieran al encuentro, porque estaban muy avergonzados. Y el rey dijo: "Quedaos en Jericó hasta que os crezca la barba y volved después"» (Samuel II, 10.4, 5). David sabía qué efecto habría producido que sus emisarios volvieran entre el ridículo y la burla, y quedarán aislados en público por parecer unos bobos; sabía que resultarían perjudicados no sólo los mensajeros, sino también la reputación del rey que los había enviado.

Erich Lamp, que ha analizado los fenómenos del espacio público y de la opinión pública en el Antiguo Testamento, afirma que la literatura no es unánime acerca del significado de ciertos acontecimientos narrados en la Biblia (Lamp 1988). Sin embargo, una teoría clara de la opinión pública puede ser útil para arrojar nueva luz sobre algunos sucesos contribuyendo así a una mejor comprensión de los mismos. Es sorprendente cuánto más dispuesto estaba David a relacionarse con la opinión pública que su predecesor, el rey Saúl, y su sucesor, el rey Salomón, por no hablar del desgraciado sucesor de este último, Roboam, durante cuyo reinado Israel se separó de Judea. ¿No

merecería la pena estudiar la precisión con la que los estadistas y los políticos de éxito juzgan la opinión pública?

Juan de Salisbury hizo un comentario interesante sobre Alejandro Magno: nada le había convencido tanto de la verdadera talla de Alejandro como estadista, escribió, como su comportamiento cuando un tribunal militar le comunicó un veredicto contrario a sus intereses. Agradeció a los jueces porque sus convicciones legales habían sido más importantes para ellos que el poder de él, el poder del demandante (Juan de Salisbury [1927] 1963, 130). Juan de Salisbury también explicó por qué consideraba a Trajano el más grande de los emperadores paganos romanos: se decía que cuando se le acusó a Trajano de no mantener una distancia suficiente respecto al pueblo, respondió que quería ser con sus súbditos la clase de rey que le hubiera gustado tener cuando todavía era súbdito (ibíd., 38). La relación de un gran gobernante con la opinión pública incluye, por tanto, dos elementos antitéticos: carisma y cercanía.

El historiador israelí Zvi Yavetz describe en su estudio sobre Julio César y la opinión pública lo cómodo que se sentía Julio César en su relación con las masas, mientras que su relación con los senadores era más problemática. Yavetz constata que la investigación histórica moderna ha desatendido el significado de *existimatio*. Según Yavetz, *existimatio* -que el diccionario traduce como «reputación», «estimación»- era el principal concepto utilizado por los romanos para referirse a lo que hoy llamamos opinión pública (Yavetz 1979, 186 y sigs.). *Existimatio* también parece sugerir una estimación estadística, lo que establece un leve nexo con el sentido cuasiestadístico de la teoría de la espiral del silencio.

Mi experiencia profesional me inclina a creer que los políticos de éxito tienen una notable capacidad para juzgar la opinión pública sin recurrir a las encuestas. En el seminario de Maguncia empezamos a aplicar el cuestionario sobre libros para analizar las obras escritas por hombres de Estado. Estudiamos, por ejemplo, a Richelieu. En su *Testament politique* (Testamento político) para el rey Luis XIII, Richelieu (1585-1642) compara el poder de un gobernante a un árbol con cuatro ramas: el ejército, los ingresos corrientes del Erario, los fondos de capital y la reputación. La cuarta rama, la reputación, es más importante que las otras tres, ya que el gobernante que disfruta de una buena reputación consigue más sólo con su nombre que los otros con sus ejércitos si no se los respeta. Richelieu demuestra que lo que le preocupa es la buena opinión del pueblo. La fuente del poder del gobernante, la raíz del árbol, es «el tesoro de los corazones» (*le trésor des coeurs*) de los súbditos. Pero Richelieu también advierte sobre «la risa del mundo» (*la risée du monde*), que habría que evitar. En cuanto

a las decisiones políticas -como la prohibición del duelo o la abolición de la venalidad de cargos-, sopesa los pros y los contras de estas medidas teniendo en cuenta la opinión pública. Richelieu muestra que las consideraciones racionales tienen menos importancia que «la risa del mundo» cuando se trata de asuntos morales²⁵. Richelieu blandió inmediatamente el arma más nueva del periodismo, los periódicos, que hicieron su primera aparición en 1609. Combatió a sus adversarios en el *Mercure Français* y más tarde fundó su propio periódico, *La Gazette de France*.

Bernd Niedermann concluyó su exposición sobre Richelieu en el seminario de Maguncia con esta exhortación: «¡Debemos utilizar nuestro cuestionario para estudiar a Napoleón, Metternich y Bismarck!».

El que pierde el apoyo del pueblo deja de ser rey (Aristóteles)

Quizá no hubieran asesinado a César si hubiera conservado la sensibilidad para la opinión pública. Zvi Yavetz se pregunta: ¿Por qué dejó marchar a sus guardias hispanos? Si le hubieran estado protegiendo cuando apareció en el Senado, sus asesinos probablemente no se habrían atrevido a atacarle. ¿Pasó demasiado tiempo Julio César en el extranjero? ¿Perdió por ello su sensibilidad para la opinión pública? Había planeado salir a luchar contra los partos tres días después de su asesinato en los *idus* de marzo. Esto nos recuerda a Erasmo: advirtió al príncipe que no debía pasar demasiado tiempo en el extranjero si no quería perder el contacto con la opinión pública. También le dijo que las largas ausencias podrían volverle demasiado diferente de su pueblo. El éxito de un gobernante depende de una sensación de semejanza de familia entre el gobernante y su pueblo. Erasmo advirtió incluso contra la política dinástica matrimonial de la época: el matrimonio con una mujer de otra casa real aleja del pueblo propio. ¿Hubiera tenido un desarrollo diferente la Revolución Francesa si Luis XVI no se hubiera casado con la austríaca Maria Antonieta? Aunque el pueblo empezó recibéndola extáticamente en las calles, después le daba la espalda cuando aparecía en su carruaje.

La risa homérica

Ahora nos remontamos a escritos aún más antiguos, a la *Ilíada* y la *Odisea*, considerados los textos literarios más antiguos de Occidente. Fueron mitos transmitidos oralmente durante muchas generaciones antes de que Homero los pusiera por escrito en el siglo VIII a.C. El siguiente análisis se basa en la tesina de licenciatura de Tassilo

²⁵ Richelieu [1688] 1947, 220, 236 y sigs

Zimmermann, que examinó la *Ilíada* con el cuestionario diseñado en Maguncia.

Homero comienza su epopeya describiendo una escena en la playa cercana a Troya. En el libro segundo de la *Ilíada*, Agamenón convoca una reunión del ejército aqueo e intenta poner a prueba su moral. Los provoca enumerando todos los argumentos a favor de la terminación de la guerra, que ya duraba nueve años -el sitio de Troya-, y de volver a casa. Entonces los soldados se comportaron como las bandadas de chovas descritas por Konrad Lorenz, que con agudos graznidos de «¡Al bosque!», «¡Al campo!» vuelan hacia atrás y hacia adelante hasta que un grupo acaba imponiéndose y todos vuelan en la misma dirección (Uexküll 1964, 174). Los soldados reaccionan. Algunos gritan «¡A los barcos! ¡A casa!». Otros, especialmente los caudillos del ejército, gritan «¡Alto! ¡Quietos! ¡Sentaos!». Se produce una escena caótica, con los primeros soldados llegando a los barcos con la intención de introducirlos en el agua. Ulises se enfrenta a los soldados que gritan más fuerte y los detiene a golpes. Consigue aislar a Tersites, uno de los jefes que están a favor de la vuelta, y hace que toda la ira se concentre en él. Tersites es el chivo expiatorio perfecto: «Era el más feo de los hombres... Zanquituerto, cojo de un pie, con los hombros encorvados y contraídos sobre el pecho y el cráneo puntiagudo cubierto por una rala cabellera» (Romero 1951, 2:216 y sigs.; véase Zimmermann 1988, 72-83). La mayoría piensa lo mismo que Tersites grita y jura; pero, como Ulises empieza a burlarse de él, la risa homérica se extiende poco a poco entre los soldados y Tersites se encuentra solo. El ejército aqueo vuelve a sentarse y se decide continuar el asedio.

Aunque Homero no dice ni una palabra sobre la opinión pública, describe el papel de la risa cuando se trata de crear una amenaza de aislamiento y determinar el proceso de la opinión pública. El medievalista francés Jacques Le Goff señala que tanto los hebreos como los griegos tienen dos palabras distintas para designar dos clases diferentes de risa: una es positiva, amistosa y conjuntiva; la otra es negativa, burlesca y disgregadora. Los romanos, cuyo idioma no era tan rico, sólo tenían una palabra para la risa (Le Goff 1989, N3).

Consecuentemente, empezamos a investigar los medios por los que se perciben las amenazas de aislamiento. ¿Cómo descubre un individuo que se ha apartado del consenso de la opinión pública? ¿Y que tiene que volver a él, si no quiere quedar aislado y desterrado de la comunidad amistosa? Hay muchas señales diferentes, pero la risa tiene un papel especialmente importante. Volveremos a este punto en el capítulo 26.

Las leyes no escritas

Es evidente que los griegos daban por sentada la eficacia de la opinión pública, como lo demuestra su actitud abierta respecto a las «leyes no escritas». Lo que sigue se basa en el capítulo 2 de la tesina de licenciatura de Anne Jäckel, titulada «Las leyes no escritas a la luz de la teoría psicosociológica de la opinión pública».

El pasaje más antiguo encontrado por ahora en que se mencionan las leyes no escritas está en *La guerra del Peloponeso* de Tucídides (460-400 a.C.). Se trata de un discurso de Pericles en el primer año de la guerra (431-430 a.C.) que acabaría con la completa derrota de Atenas. Para mostrar la grandeza de Atenas en el culmen de su poder, Tucídides hace decir a Pericles:

A pesar de no sentirnos constreñidos en nuestras relaciones privadas, un espíritu de reverencia llena nuestros actos públicos. El respeto a la autoridad y a las leyes nos impide actuar mal y tener una consideración especial por las leyes destinadas a proteger a los perjudicados, así como por las leyes no escritas que hacen caer sobre el transgresor la reprobación del sentir general (Tucídides 1881, 118).

Muchos otros autores griegos se refieren a «las leyes no escritas»²⁶, pero las palabras de Pericles dicen todo lo que hay que decir: las leyes no escritas no obligan menos que las escritas sino que, por el contrario, tienden a tener más fuerza que éstas, como afirmó también John Locke cuando categorizó tres clases de leyes (Locke [1690] 1894, 476). Las leyes no escritas no son sólo las leyes de la costumbre. La costumbre por sí sola no tiene fuerza coactiva. Como dijo John Locke, el efecto depende del conocimiento de que la transgresión conlleva un castigo doloroso. Aunque el castigo no esté puesto por escrito en ningún lugar de la ley, el que crea que eso lo hace menos eficaz no conoce, según Locke, la naturaleza humana. La ignominia de la que habla Pericles, la pérdida de honor y de la reputación entre los conciudadanos, que aplican el castigo con toda la fuerza de su opinión común, se cuenta entre las peores cosas que pueden sucederle a uno (Tucídides 1881).

El desdén público es el resultado de la violación de las normas morales contenidas en las leyes no escritas. Platón afirma que la relación entre las leyes escritas y las no escritas es comparable a la que hay entre el cuerpo y el alma. Las leyes no escritas no son un mero complemento de las escritas, sino la verdadera base del derecho.

²⁶ Véase pág. más arriba. Véase también Noelle-Neumann 1981, 833-888.

La opinión pública en el *Nibelungenlied*

Los estudiantes de nuestro seminario seguían creyendo que la opinión pública sólo había sido relevante para una pequeña elite en los siglos pasados y que, por tanto, sólo tenía influencia sobre las clases superiores. Y sin embargo ya habían leído en la edición de 1588 de los ensayos de Montaigne que esto no era cierto. Como dijimos más arriba (págs. 92-93), Montaigne citaba a Platón, que había elaborado una estrategia para modificar la opinión pública sobre la pederastia. Afirmaba concretamente que esa estrategia acabaría cambiando la opinión de todos y cada uno, incluso de las mujeres, los niños y los esclavos.

En nuestro seminario de Maguncia no sólo encontramos descritos los procesos de opinión pública por los antiguos griegos, sino también en el *Nibelungenlied*, el antiguo ciclo de canciones teutónico, que se redactó casi dos mil años después de Homero. El término «público» sólo aparece una vez en el poema épico, pero es en la escena que da origen a toda la extraordinaria tragedia (*Nibelungenlied* 1965, 138). Es la «decimocuarta aventura», en la que la reina Crimilda y la reina Brunilda discuten a las puertas de la iglesia quién debe entrar primero. La plaza de la iglesia está llena de gente, como lo estaría también hoy día si hubiera dos reinas en ella. La reina Crimilda denosta a la reina Brunilda «delante de toda la gente» por haber dormido con Sigfrido en lugar de con su propio marido Gunther en la noche de bodas. ¿Quién podría pretender que en los tiempos pasados sólo eran las clases superiores las que establecían la reputación y la opinión pública?

Una viñeta de 1641

Cuando David Hume afirmó que «el gobierno sólo se basa en la opinión» (Hume [1739-1740] 1963, 29), se limitó a repetir lo que Aristóteles había dicho dos mil años antes y habían vuelto a decir después los que habían estudiado la Política de Aristóteles, como Maquiavelo y Erasmo. Hume debió dar por supuesta la idea de la regla de la opinión pública después de todo lo que había sucedido en las dos revoluciones inglesas del siglo XVII. En 1641 apareció una viñeta inglesa titulada «El mundo está regido y gobernado por la opinión», ocho años antes de la decapitación de Carlos I (Haller 1965). Esta viñeta²⁷ constituye una especie de mapa de lo que ya se había descubierto sobre la opinión pública en aquella época.

²⁷ Se encuentra en el Catálogo de grabados satíricos del Museo Británico.

THE WORLD IS RULED & GOVERNED BY OPINION.



«¿Qué significa ese camaleón que tenéis en la mano, / que puede adoptar todos los colores excepto el blanco?», pregunta el joven noble a la opinión pública, que se encuentra en la copa del árbol. «La OPINION puede así en todas las maneras que escucha / transformarse, excepto en la VERDAD, la correcta.» «¿Y por qué salen esos vástagos de las raíces / del árbol de las OPINIONES, tan abundantes?», pregunta el joven noble. «Porque una opinión puede discurrir así / y multiplicarse hasta lo infinito», le dicen. «Y, señora, ¿qué fruto es ése / que cae del árbol con cada vientecillo? / Parecen libros y periódicos. / ¿Y estáis ciega, tenéis los ojos cubiertos?»

La respuesta confirma la idea de Platón de que la opinión pública incluye a todos: esclavos y libres, mujeres y niños, y toda la ciudadanía. Porque estos frutos de la opinión pública que son los libros y los periódicos no se relacionan sólo con las clases superiores. Están en todas las calles y escaparates. Y los dos últimos versos del diálogo insisten en que se encuentran en todos los lugares, en todas las casas, en todas las calles.

¿Y por qué es un «tonto necio» el que riega algo tan importante como la opinión pública? Porque el necio es el que le da vida verdadera. Nos toca a nosotros imaginar el aspecto de los necios que «riegan» la opinión pública en la actualidad.

**Ausencia del concepto de opinión pública
en la Alemania apolítica**

La cultura política alemana nunca ha prestado una excesiva atención al concepto de opinión pública. Este concepto aparece por primera vez en alemán mucho después que en inglés, francés o italiano, y cuando lo hace es sólo como traducción literal del francés *opinion publique*. Durante un tiempo pensamos que el primero en mencionarlo había sido el poeta Klopstock en su oda «An die öffentliche Meinung» («A la opinión pública»), de 1798. Cuando terminamos la edición de 1980 de *La espiral del silencio*, el ejemplo más antiguo que habíamos encontrado era una de las «Gespräche unter vier Augen» («Conversaciones confidenciales») de Wieland: «Über die öffentliche Meinung» («Sobre la opinión pública»), de 1798. Fue después cuando descubrimos a Johannes von Müller, el suizo que había empleado la expresión «opinión pública» por primera vez en alemán en 1777 (Müller [1777] 1819, 41). Johannes von Müller era un historiador profesional -actualmente le denominaríamos un politólogo y un periodista- que daba conferencias por toda Alemania y a quien se pedía colaboración como consejero político. Probablemente contribuyó a la difusión del concepto de opinión pública.

Que todos puedan verlo y oírlo

Actualmente todavía hay problemas para traducir el concepto, igual que los había en 1980. Un ejemplo de ello es la dificultad de expresar la dimensión psicosociológica de lo «público», una situación en la que el individuo es visto y juzgado por todos y cada uno de modo que su reputación y su popularidad están en juego. El significado psicosociológico de lo público sólo puede deducirse indirectamente del uso lingüístico, lo que expresamos cuando decimos que algo ha sucedido «a la vista de todos» (*in the spotlight*). Nadie diría que un concierto ha tenido lugar «a la vista de todos». La expresión latina *coram publico* ya tenía las mismas connotaciones.

El humanista y novelista francés François Rabelais, contemporáneo de Erasmo, no dudó en emplear los términos «delante de todos», «delante de todo el mundo» y *publicquement* (Rabelais 1955, 206, 260, 267). Fue una gran sorpresa descubrir que incluso en el siglo XX era casi imposible traducir al inglés expresiones como *in aller Öffentlichkeit* o *publicquement*. Pasé semanas intentando encontrar una solución hablando con compañeros y con estudiantes en Chicago. Fue inútil. Un día me encontraba en un taxi en Nueva York y el taxista estaba oyendo las noticias. Cuando oí al locutor terminar una noticia diciendo «el ojo público tiene su precio», me incorporé en el asiento: ésa era la traducción. *In aller Öffentlichkeit*, ante el ojo público (*in the public eye*). Eso expresaba el sentido psicosociológico del concepto alemán *Öffentlichkeit*: a la vista de todos.

Gunnar Schanno, uno de mis alumnos del seminario de Maguncia, halló que este uso se había originado en Edmund Burke en 1791 (Burke [1791] 1826, 79). Burke no sólo se había referido al «ojo público», sino también al «oído público», que traducimos como *vor aller Ohren*. Ambas expresiones dan en el clavo. El contexto en que las empleó Burke también es interesante. Discutía qué era lo que hacía a alguien aristócrata por naturaleza, por ejemplo, acostumbrarse desde muy joven a estar sometido a la crítica pública, a estar ante el ojo público. Y Burke añadía: «observar desde un principio a la opinión pública» (Burke, 217). Erasmo y Maquiavelo ya habían enseñado a sus príncipes que no debían ocultarse del público, sino aprender a ser visibles (Erasmo [1518] 1968, 201; Maquiavelo [1532] 1971, cap. 18).

Nietzsche, inspirador de Walter Lippmann

Gran parte de lo que escribieron los autores alemanes del siglo XIX sobre la opinión pública y la naturaleza social del hombre parece no haber sido descubierto todavía. Kurt Braatz encontró casi por casualidad en Harwood Childs una referencia a un autor alemán de mediados del siglo XIX que había quedado completamente olvidado en Alemania. No lo mencionan ni Ferdinand Tönnies, el principal teórico de la opinión pública de la primera mitad del siglo XX, ni Wilhelm Bauer, el historiador más importante. Childs se refería a Carl Ernst August Freiherr von Gersdorff, miembro nato de la cámara alta del Parlamento de Prusia y doctor en filosofía, cuyo *Ueber den Begriff und das Wesen der oeffentlichen Meinung. Ein Versuch* (Sobre el concepto y la esencia del concepto de opinión pública. Un ensayo.) se publicó en 1846. Childs probablemente lo encontrara cuando estudiaba en Alemania en los años treinta, pero no lo mencionó hasta que publicó *Public Opinion*, a mediados de la década de los sesenta. Braatz estaba especialmente interesado por Nietzsche, y le sorprendió la semejanza del nombre con el del amigo y secretario de Nietzsche Carl von Gersdorff. En su investigación descubrió que el joven que había ayudado a Nietzsche, sobre todo cuando trabajaba en las *Unzeitgemässe Betrachtungen* (Consideraciones intempestivas), era hijo del hombre que había escrito sobre la opinión pública. Y aunque Nietzsche no menciona nunca ese texto ni el nombre del padre, llama la atención el hecho de que por esos mismos años empezara a interesarse por la opinión pública y a mencionarla a menudo en sus escritos. Para comprobar que a Nietzsche le había interesado seriamente el fenómeno de la opinión pública, Braatz escribió a los Archivos Nietzsche de Weimar, donde se encuentra la biblioteca privada de Nietzsche, pidiendo a los bibliotecarios que comprobaran si había pasajes importantes sobre la opinión pública subrayados en los

libros de determinados autores o si había anotaciones al margen. Braatz estudió sistemáticamente los escritos de von Gersdorff padre y los comparó con las afirmaciones de Nietzsche sobre la opinión pública. Demostró así que Nietzsche había adoptado muchas de las ideas de von Gersdorff en el campo de la psicología social (Braatz 1988). Von Gersdorff describe la opinión pública tal como la vemos actualmente: «La opinión pública, tal como la veo, debe existir siempre en la vida intelectual... mientras las personas tengan una vida social... No puede, pues, dejar de existir, faltar ni quedar destruida, está en todas partes y siempre». No está sujeta a ninguna limitación temática y puede «llamarse mejor: "la comunidad de valores que un pueblo asigna a los asuntos sociales de su época, basada en las costumbres y en la historia y creada, mantenida y transformada por los conflictos de la vida"». «Además, como se sabe, la opinión pública es propiedad común de un pueblo entero» (Gersdorff 1846, 10, 12, 5).

Gersdorff sospecha que gran parte del poder de la opinión pública procede del temeroso silencio de muchos individuos. Propone «investigar las razones de la abstención silenciosa de realizar juicios de valor». Von Gersdorff afirma también explícitamente que los procesos de formación de opinión no proceden apenas de consideraciones racionales, sino que son más bien de origen psicoantropológico. Habla de «corrientes galvánicas». Esto hace pensar inmediatamente al investigador moderno de la opinión pública en el modo en que se producen los cambios de actitud en todos los grupos de la población en un plazo de pocas semanas; en todas las zonas geográficas, en todos los grupos de edad, en todas las clases sociales.

Mientras estudiaba las ideas de Nietzsche sobre la opinión pública, Braatz descubrió múltiples conexiones de las que yo no era consciente cuando se publicó la primera edición de *La espiral del silencio*. Halló que Spencer había sido el primero en utilizar el concepto de «control social» en 1879 (Spencer [1879] 1966, 383), término adoptado después por Edward Ross, que lo popularizó en las ciencias sociales. Nuestra admiración por el vigor del *Public Opinion* de Lippmann de 1922 no disminuye por la impresión, basada en la comparación de los textos, de que probablemente Nietzsche ya hubiera anticipado muchas de sus ideas. Esto es aplicable tanto al papel de los estereotipos como vehículos de la opinión pública, como a su principio básico, que señala que el punto de vista del observador configura lo observado. Nietzsche escribe: «Sólo se ve desde una perspectiva determinada; sólo se "entiende" desde una perspectiva determinada» (Nietzsche 1967, 383). Hasta la curiosa costumbre de distinguir entre la Opinión Pública

(con mayúsculas) y la opinión pública (con minúsculas) no es una idea original de Lippmann, sino que se remonta al análisis de Nietzsche.

26. Hacia una teoría de la opinión pública

A mediados de los años treinta, cuando se había demostrado la eficacia del método de las encuestas representativas de población por la exactitud con que se había predicho el resultado de las elecciones presidenciales americanas de 1936, las expectativas eran grandes en el campo de la investigación de la opinión pública. Pocos meses después apareció el primer número de la nueva revista *Public Opinion Quarterly*. Contenía un ensayo introductorio de Floyd H. Allport titulado «Hacia una ciencia de la opinión pública». Veinte años después, en 1957, el título del ensayo de Herbert H. Hyman «Hacia una teoría de la opinión pública», publicado también en *Public Opinion Quarterly*, demostraba la misma confianza.

La siguiente vez que este término clave apareció en un artículo de *Public Opinion Quarterly*, en 1970, había síntomas de impaciencia. Las actas de la vigesimoquinta Conferencia Anual de la *American Association for Public Opinion Research* incluían un informe sobre una sesión titulada «Hacia una teoría de la opinión pública». Los principales oradores fueron el psicólogo Brewster Smith y el científico social Sidney Verba, de la Universidad de Chicago. El psicólogo afirmó que la investigación «todavía no ha afrontado el problema del modo en que se articulan las opiniones individuales para producir consecuencias sociales y políticas. El problema de articulación, implicado en cualquier concepción de la opinión pública como hecho social, es prioritario para la ciencia política y la sociología» (Smith 1970, 454). El científico social sostuvo: «Gran parte de la investigación sobre la opinión pública política es irrelevante para la elaboración de la teoría macropolítica sobre la relación entre las actitudes de la masa y el comportamiento y los resultados políticos significativos. Esta irrelevancia se debe principalmente a que la mayor parte de la investigación sobre la opinión pública se centra en el ciudadano individual como unidad de análisis» (Verba 1970, 455).

Básicamente, ambos oradores buscaban una respuesta a la misma pregunta: ¿Cómo se transforma la suma de las opiniones individuales, tal como las define la investigación de la opinión pública, en el tremendo poder político conocido como «opinión pública»?

Indiferencia por la opinión pública

La respuesta tardó en llegar porque nadie buscaba un tremendo poder político. Ninguna de las cincuenta definiciones de la opinión pública recogidas por Harwood Childs en el famoso segundo capítulo de su libro *Public Opinion* se fija explícitamente en el poder de la opinión pública (Childs 1965, 12-41). En lugar de ello, varias definiciones

confundían, por así decirlo, el barómetro con el tiempo. «La opinión pública consiste en las reacciones de la gente ante afirmaciones y preguntas claramente formuladas en una situación de entrevista» (Warner 1939, 377); o «La opinión pública no es el nombre de alguna cosa, sino una clasificación de una serie de cosas que, en una distribución de frecuencias estadísticamente ordenadas, presenta modas o frecuencias que llaman la atención o provocan interés» (Beyle 1931, 183).

¿Cómo puede una distribución de frecuencias ordenada estadísticamente derribar un gobierno o atemorizar a un individuo?

La espiral del silencio no es compatible con el ideal democrático

Era previsible que la teoría de la espiral del silencio no fuera recibida como un progreso hacia una teoría de la opinión pública cuando se presentó por primera vez en el Congreso Internacional de Psicología de Tokio de 1972, ni en 1980 o 1984, cuando mi libro apareció en alemán y en inglés respectivamente. En esa teoría no había lugar para el ciudadano informado y responsable, el ideal en que se basa la teoría democrática. La teoría democrática clásica no tiene en cuenta el miedo del gobierno y del individuo a la opinión pública. La teoría democrática no trata temas como la naturaleza social del hombre, la psicología social o el origen de la cohesión social.

Un equipo de investigación germanoestadounidense formado por Wolfgang Donsbach, de la Universidad de Maguncia, y Robert L. Stevenson, de la Universidad de Carolina del Norte (Chapel Hill), puso a prueba la tesis de la espiral del silencio en las encuestas electorales realizadas en Carolina del Norte por el Instituto de Investigación de la Comunicación de dicha universidad. Confirmaron la tendencia de uno de los bandos a permanecer en silencio acerca del controvertido tema de la legislación sobre el aborto. Al mismo tiempo se mostraban pesimistas sobre la posibilidad de defender la espiral del silencio. La teoría consiste, escribieron, en una larga cadena de hipótesis, una cadena de relaciones causales. «En términos microsociológicos, la cadena comienza con la variable psicosociológica del miedo al aislamiento y la tendencia a expresarse o a quedarse callado y, en términos macrosociológicos, con la integración en la sociedad» (Donsbach y Stevenson 1986, 14; véase también 7). Cada eslabón de la cadena tenía aspectos criticables. La teoría relacionaba tesis de diversas ciencias sociales que tradicionalmente se consideraban separadas, a saber: hipótesis de teorías de la conducta y de las actitudes, de teorías de la comunicación y de teorías sociales (ibíd., 8 y sigs.). Quizá tuvieran razón al mantener que la incapacidad de la teoría para respetar las fronteras entre las diferentes disciplinas la

colocaba en desventaja. En aquel momento los académicos no solían estar demasiado interesados en dialogar con disciplinas relacionadas con la suya.

Lo que hay que saber para analizar la opinión pública

Sólo se puede avanzar hacia una teoría de la opinión pública con una definición clara del concepto y un conocimiento de las condiciones necesarias para el estudio empírico de la opinión pública. He elaborado una lista de seis preguntas básicas que pueden servir para facilitar esta empresa. Las respuestas a estas preguntas proporcionan la información mínima necesaria para comprobar la teoría de la espiral del silencio (Noelle-Neumann 1989a, 20):

1. Hay que determinar la distribución de la opinión pública sobre un tema dado con los métodos pertinentes de encuesta representativa.
2. Hay que evaluar el clima de opinión, la opinión individual sobre «¿Qué piensa la mayoría de la gente?». Esto muestra a menudo un panorama completamente nuevo.
3. ¿Cómo cree el público que va a evolucionar el tema controvertido? ¿Qué bando va a adquirir fuerza, cuál va a perder terreno?
4. Hay que medir la disposición a expresarse sobre un determinado tema, o la tendencia a permanecer callado, especialmente en público.
5. ¿Posee el tema en cuestión un fuerte componente emocional o moral? Sin ese componente no hay presión de la opinión pública y, por lo tanto, no hay espiral del silencio.
6. ¿Qué posición adoptan los medios de comunicación ante ese tema? ¿A qué bando apoyan los medios influyentes? Los medios son una de las dos fuentes de las que procede la estimación que la gente hace del clima de opinión. Los medios influyentes prestan palabras y argumentos a los otros periodistas y a los que están de acuerdo con ellos, influyendo así en el proceso de la opinión pública y en la tendencia a expresarse o a quedarse callado.

La mayoría silenciosa no refuta la espiral del silencio

Algunos investigadores que han puesto a prueba la espiral del silencio han propuesto que no se tenga en cuenta la influencia de los medios de comunicación, al menos inicialmente, para simplificar sus estudios (véase Glynn y McLeod 1985, 44). Esto llevaría, no obstante, a refutar la teoría de la espiral del silencio cuando el tono de los medios discrepase mucho de la opinión pública. El proceso de la espiral del silencio no se ha opuesto ni en una sola ocasión a la línea adoptada

por los medios. El que un individuo sea consciente de que los medios apoyan su opinión es un factor importante que influye en la predisposición de esa persona a expresarse. Un ejemplo de ello en Alemania fue la cuestión de si los miembros del Partido Comunista debían poder ser jueces (véase más arriba, pág. 222). Aunque la minoría favorable era ciertamente muy pequeña y conocía su situación minoritaria, estaba mucho más dispuesta a hablar que la mayoría. La mayoría, que sentía que le faltaba el apoyo de los medios de comunicación, se convirtió en una mayoría silenciosa. El caricaturista inglés de 1641 (del que hablamos en el capítulo anterior) tenía buenas razones para representar el árbol de la opinión pública con periódicos y libros colgando. Como otros muchos temas, el de si los miembros del Partido Comunista podrían ser jueces se volvió casi incomprensible una o dos décadas después. La presión ejercida por la opinión pública desapareció completamente, como nubes de tormenta. Incluso sumergiéndose en los periódicos de la época, amarillentos por el tiempo transcurrido, sería imposible captar la esencia de su tono en contra del llamado «decreto sobre radicales», que prohibía el acceso de comunistas declarados a puestos de funcionario.

Supuestos de la teoría

Con la ayuda de las seis preguntas enumeradas más arriba podemos diseñar estudios de caso y realizar predicciones. En un tema como la energía nuclear, en el que hay una clara toma de postura de los medios de comunicación y un fuerte componente moral relativo a la seguridad de las generaciones futuras, cabe esperar que los que se oponen a la energía nuclear estén más dispuestos a expresarse en público y parezcan más fuertes en el clima de opinión que los que están a favor (Kepplinger 1988, 1989a). Sabine Mathes confirmó esta suposición en su tesina de licenciatura en la Universidad de Maguncia (Mathes 1989). Sólo cuando los partidarios han quedado reducidos a un núcleo duro puede esperarse que demuestren una mayor voluntad de hablar en público que los oponentes. (Véase, sobre el «núcleo duro», el final de este capítulo.)

¿Qué teoría subyace tras el análisis de este estudio de caso? La teoría de la espiral del silencio se apoya en el supuesto de que la sociedad -y no sólo los grupos en que los miembros se conocen mutuamente- amenaza con el aislamiento y la exclusión a los individuos que se desvían del consenso. Los individuos, por su parte, tienen un miedo en gran medida subconsciente al aislamiento, probablemente determinado genéticamente. Este miedo al aislamiento hace que la gente intente comprobar constantemente qué opiniones y modos de comportamiento son aprobados o desaprobados en su

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

Es difícil verificar la teoría porque se basa en cuatro supuestos diferentes, así como en un quinto supuesto sobre la relación entre los cuatro primeros.

Los cuatro supuestos son:

1. La sociedad amenaza a los individuos desviados con el aislamiento.
2. Los individuos experimentan un continuo miedo al aislamiento.
3. Este miedo al aislamiento hace que los individuos intenten evaluar continuamente el clima de opinión.
4. Los resultados de esta evaluación influyen en el comportamiento en público, especialmente en la expresión pública o el ocultamiento de las opiniones.

El quinto supuesto afirma que los anteriores están relacionados entre sí, lo que proporciona una explicación de la formación, el mantenimiento y la modificación de la opinión pública.

Cualquier comprobación empírica de estos supuestos exige que se transformen en indicadores observables en situaciones que puedan registrarse mediante entrevistas.

La comprobación de la amenaza de aislamiento

¿Ejerce la opinión pública una amenaza de aislamiento? ¿Utiliza la opinión pública esa amenaza para defenderse de los individuos que sostienen opiniones discrepantes? ¿Consigue aceptación la opinión pública mediante la amenaza de aislamiento? Nos consideramos una sociedad liberal. El término «liberal» tiene un halo positivo para el 52 por ciento de la población alemana, y el 64 por ciento de los padres

alemanes de hoy día quieren inculcar a sus hijos la virtud de la «tolerancia».

Amenazar a alguien que discrepe de la opinión pública generalmente mantenida es una actitud ciertamente intolerante. Por esa razón es tan difícil hacer preguntas sobre este tema en una encuesta. Sin embargo, en la edición de 1984 de *La espiral del silencio* pudimos describir varios modos diferentes de amenaza de aislamiento. Un ejemplo de ello es la pregunta sobre el automóvil con las ruedas pinchadas deliberadamente con una pegatina de un partido rechazado por el entrevistado (véase más arriba, págs. 75 y sigs.).

Como parte de nuestras encuestas electorales también usamos una pregunta sobre un conductor forastero cuya petición de información rechaza un viandante de la ciudad. La pregunta acaba: «Hay que añadir que el conductor lleva un pin de propaganda política prendido en su chaqueta. ¿Qué piensa usted, de qué partido es el pin?». Asimismo formulamos una pregunta acerca de qué partido es aquel cuyos carteles son rotos o arrancados con mayor frecuencia, lo que pensamos que constituye una medida de la amenaza pública de aislamiento contra los simpatizantes de ese partido.

En Maguncia empezamos a ahondar seriamente en el tema de cómo funciona la amenaza del aislamiento. Sabine Holicki (1984) escribió una tesina de licenciatura titulada «La amenaza del aislamiento. Aspectos psicossociológicos de un concepto de la teoría de la comunicación». Otra tesina, de Angelika Albrecht (1983), se titulaba «Reír y sonreír: ¿aislamiento o integración?». Recordamos que Stanley Milgram había utilizado ingeniosamente señales acústicas como silbidos, abucheos y risas despectivas como signos de la amenaza de aislamiento (véase más arriba, págs. 77 y sigs.). Pero hasta 1989 no se me ocurrió el test que llevaba buscando tanto tiempo. Sólo había que tener en cuenta las señales de comportamiento conformista descritas en la literatura sobre el tema y lo que la psicología social decía acerca de la risa, aunque esos estudios no mencionen la opinión pública (Nosanchuk y Lighstone 1974; Berlyne 1969).

Aplicamos el nuevo test inmediatamente al tema de la energía nuclear, utilizando los abucheos y la risa despectiva como indicadores. El texto de la pregunta decía: «Me gustaría contarle un incidente que sucedió hace poco en una gran reunión pública sobre la energía nuclear. Había dos oradores principales. Uno habló a favor de la energía nuclear y el otro en contra. Uno de ellos fue abuchado por el público. ¿Cuál cree que fue el abuchado, el orador que defendía la energía nuclear o el que se oponía a ella?». El 72 por ciento de los alemanes que respondieron opinaban que el orador abuchado había sido el defensor de la energía nuclear; el 11 por ciento, que se trataba del que

se oponía a ella. Los indecisos sólo constituían el 17 por ciento (véase tabla 27).

No cabe duda de que la amenaza de aislamiento existe y que la gente sabe qué opiniones suponen un alto riesgo de activación de esa amenaza al ser expresadas públicamente. Pocas semanas después, el mismo test se aplicó en Gran Bretaña. Nuestro colega Robert J. Wybrow incluyó la pregunta en una encuesta omnibús con 1.000 entrevistas y ofreció los resultados al poco tiempo. También en el Reino Unido el clima de opinión estaba claramente en contra de los que apoyaban la energía nuclear, aunque no en el mismo grado.

Es indudable que un clima de opinión así de hostil influye en la predisposición individual a hablar o a quedarse callado. En cualquier caso, fue importante que los entrevistados ingleses aceptaran la pregunta del test. Toda teoría de la opinión pública debe ser aplicable internacionalmente. Aunque pueda incluir aspectos específicos del país del que se trate en cada caso, debe ser posible confirmar internacionalmente la esencia de estos estudios.

Así pues, el test debe poder aplicarse en diferentes culturas. Pensé en el estilo tan civilizado de las relaciones sociales en Japón y dudé que el nuevo test de amenaza de aislamiento pudiera aplicarse en esa cultura, porque hasta los estudiantes estadounidenses se sentían ofendidos cuando describía el test en el que se rajan las ruedas de un automóvil con pegatinas de un partido impopular.

Cuando discutí sobre la pregunta de test con Hiroaki Minato, un estudiante japonés de uno de mis seminarios de la Universidad de Chicago, negó que fuera posible aplicar el test del abucheo en Japón. Después de haber discutido una amplia variedad de opciones, dijo: «Así sería la situación en Japón». El texto revisado para Japón dice ahora: «En una reunión de barrio se planteó un debate sobre la energía nuclear. Uno de los presentes habló a favor de la energía nuclear y otro lo hizo en contra. Uno de ellos oyó después que se había criticado, a sus espaldas, su intervención. ¿Quién de los dos cree que fue el criticado?».

La comprobación del test de aislamiento

Muchos estadounidenses se sintieron desconcertados por los experimentos sobre el miedo al aislamiento realizados por Asch y Milgram (véanse más arriba págs. 59 y sigs.). Milgram repitió los experimentos -modificados- en Francia y en Noruega porque quería saber si el comportamiento conformista era tan predominante en Europa como parecía serlo en los Estados Unidos. La idea de que los estadounidenses pudieran experimentar miedo al aislamiento ofendió tanto a los estudiantes durante una de mis conferencias en la

Universidad de Chicago que muchos se fueron del auditorio. Obviamente, era imposible preguntar en una encuesta «¿Tiene usted miedo al aislamiento?», aunque anteriormente ya se hubiera planteado esta misma pregunta en los Estados Unidos para comprobar la espiral del silencio. Con frecuencia se había criticado la teoría por lo que parecía un énfasis excesivo en los motivos irracionales y emocionales de la conformidad. Se decía que yo había subestimado las razones buenas y racionales de ese fenómeno. Éste es, por supuesto, un tema de discrepancia tradicional entre los científicos sociales europeos y los americanos, favoreciendo estos últimos las explicaciones racionales del comportamiento humano.

En el capítulo 3 (págs. 64 y sigs.) hemos descrito un método para comprobar el miedo al aislamiento. En el «test de la amenaza» los fumadores se sentían intimidados cuando se les presentaba un dibujo de una persona que dice furiosamente: «Los fumadores son tremendamente desconsiderados. Obligan a los demás a respirar su humo, tan perjudicial para la salud». Pero seguíamos muy lejos de poder satisfacer la demanda de nuestros colegas americanos de que encontrásemos un método para medir realmente el miedo al aislamiento (véase Glynn y McLeod 1985, 47 y sigs., 60).

Experimentamos un fuerte impulso al estudiar un área de investigación que se remonta a Charles Darwin en el siglo XIX y que produjo en los años cuarenta y cincuenta la floreciente área de investigación llamada dinámica de grupos. Esta disciplina se centraba en preguntas relacionadas con la cohesión de grupo: ¿En qué se basa la estabilidad de un grupo? ¿Qué hace el grupo cuando los miembros individuales violan las reglas y amenazan la existencia del grupo? Sabine Holicki (1984) conoció la investigación realizada en este área cuando buscaba materiales sobre la amenaza de y el miedo al aislamiento. Descubrió que los experimentos de dinámica de grupos habían registrado un proceso de tres etapas. En la primera el grupo utiliza la persuasión amistosa para intentar ganarse al individuo desviado. Si esto no funciona, se amenaza al individuo desviado con la exclusión del grupo. Si esto también fracasa, «el grupo redefine sus fronteras» (en el lenguaje de la dinámica de grupos), lo que significa que el individuo desviado queda excluido del grupo (Cartwright y Zander [1953] 1965, 145).

Esto nos recuerda la frase de Edward Ross: «hasta que el miembro muerto se desprende del cuerpo social» (véanse págs. 129-130 más arriba). Algo resulta extraño: los investigadores de dinámica de grupos estudiaron cómo mantienen la cohesión los grupos, pero se detuvieron ahí. ¿Por qué no dieron un paso más e investigaron qué es lo que mantiene unida la sociedad como un todo? Si hubieran dado este

paso habrían tenido que tratar el fenómeno de la opinión pública como instrumento de control social.

Pero el término «opinión pública» nunca se menciona en el contexto de la dinámica de grupos. Y tampoco aparece en los escritos de Erving Goffman, cuyas investigaciones sistemáticas en los años cincuenta y sesenta comenzaron donde Montaigne se había detenido hacía unos trescientos cincuenta años. Según Goffman, en cuanto las personas dejan de estar solas -aunque sólo haya una persona presente, y más aún cuando hay muchas- se transforman debido a la conciencia de que los otros se están formando una opinión sobre ellas. Goffman se concentró en las situaciones públicas desde el punto de vista de la psicología social, iluminando una zona que anteriormente había permanecido ignorada. *Behaviour in Public Places* (El comportamiento en los lugares públicos) era el lacónico título de una de sus obras precursoras (Goffman 1963a). Todos los libros de Goffman publicados entre 1955 y 1971 (por ejemplo 1956, 1963b) reflejan su preocupación por la naturaleza social del hombre y por el sufrimiento debido a esa naturaleza social.

En el curso de sus estudios sobre la personalidad, Goffman encontró la descripción de Darwin de las múltiples características físicas que muestran la naturaleza social del hombre. Nosotros también podemos referirnos con provecho a *The Expression of the Emotions in Man and Animals* (La expresión de las emociones en el hombre y los animales; 1873), de Darwin, en nuestra búsqueda de pruebas del miedo humano al aislamiento. En el capítulo 13 de esa obra, Darwin trata el tema de la turbación y describe los síntomas físicos que se asocian con él, como sonrojarse, palidecer, sudar, tartamudear, gestos nerviosos, manos temblorosas, voz débil, cascada o anormalmente aguda o grave, sonrisas forzadas, apartar la mirada... Darwin comenta que la gente intenta evitar darse cuenta de que la están observando reduciendo el contacto visual (Darwin 1873, 330).

Darwin distingue entre dos partes de la naturaleza humana, una orientada hacia afuera y la otra hacia adentro. Cuando el individuo se orienta hacia afuera se somete a su naturaleza social. Esto lo confirman signos objetivos como el sonrojo, que no se da en los animales. Darwin distingue entre los sentimientos de culpa, vergüenza y azoramiento. Se puede estar profundamente avergonzado de una pequeña mentira sin sonrojarse, pero sonrojarse en cuanto se crea que se ha descubierto la mentira. Darwin dice que la timidez es la causa del sonrojo. Pero la timidez es simplemente sensibilidad ante lo que los demás puedan pensar de nosotros.

Darwin no utiliza nunca el término «opinión pública». Aunque nunca menciona el miedo al aislamiento, sus observaciones indican

claramente que la naturaleza social del hombre lleva a éste a reflexionar sobre la opinión ajena, a preguntarse cómo se le ve desde el mundo exterior y a desear crear una impresión favorable para que nadie pueda señalarle con el dedo, explícita o implícitamente. Hasta la atención pública provocada por las buenas acciones resulta embarazosa para muchas personas.

Erving Goffman, por el contrario, supuso que la turbación era una forma suave de castigo que obliga a las personas a seguir ciertas reglas de conducta en público (Goffman 1956, 265, 270 y sigs.). Esta suposición fue refutada por Michael Hallemann en su tesis doctoral escrita en la Universidad de Maguncia. Hallemann demostró que la turbación era una reacción ante cualquier situación en la que el individuo se siente aislado, aunque todo el mundo le considere un héroe por haber impedido que un niño se ahogue (véase la tabla 28).

Van Zuuren (1983) describe un grupo de jóvenes científicos sociales holandeses que realizaron experimentos consigo mismos en situaciones embarazosas. Deteniéndose para charlar en medio de una bulliciosa zona peatonal, por ejemplo, el grupo pudo experimentar qué se sentía al ser blanco de airadas miradas de desaprobación. En un café medio vacío se sentaron en la mesa ocupada por otra pareja desconocida y observaron sus propias reacciones al infringir esa regla tácita. Fueron dos veces a la misma tienda y compraron el mismo producto en las dos ocasiones en un corto período de tiempo. Una de las tareas consistió en coger el ascensor hasta el último piso de una casa desconocida y quedarse allí mirando sin hacer nada. Una de las participantes en el experimento dijo que temía no saber qué hacer si alguien le preguntara qué estaba haciendo allí. «De repente me di cuenta de qué aspecto tan grotesco debía de tener con mis pantalones rosa y mi blusa rosa.»

Estos autoexperimentos mostraron que hay una especie de control personal interno que filtra el comportamiento antes de realizarse el control social, anticipando la amenaza de aislamiento. El mero pensamiento de lo desagradable que puede ser una situación hace que el individuo corrija sus comportamientos divergentes del consenso público antes de que la colectividad ejerza el control social exterior, e incluso antes de que la colectividad sepa nada sobre la infracción proyectada. De hecho, muchos de los participantes en los autoexperimentos holandeses no realizaron las acciones que habían planeado. Éste es el área de «interacción simbólica» descrita por George Herbert Mead, de la Universidad de Chicago. La «interacción simbólica», el pensamiento sobre lo que los demás podrían pensar o cómo podrían reaccionar, influye en los individuos como si fuera real. Pero este mundo de discusiones silenciosas que tienen lugar en la

propia mente, con el miedo procedente de la naturaleza social del hombre, era tan ajeno para las ciencias sociales contemporáneas de Mead que éste no llegó a publicar un segundo libro. Una de sus obras principales, las «Clases de psicología social de 1927» (en Mead 1982), que se lee y utiliza actualmente en los seminarios sobre la opinión pública, se basa en los apuntes tomados por los alumnos de Mead.

La turbación como manifestación de la naturaleza social del hombre

¿Cómo percibe el individuo la amenaza de aislamiento? ¿Cuáles son las señales? ¿Cómo experimenta el individuo el miedo al aislamiento y cómo podemos medirlo? Un grupo de estudiantes de un «seminario-taller» en Maguncia planeó un autoexperimento. En Alemania, el carnaval de Maguncia es un importante acontecimiento que podemos suponer que goza del apoyo del consenso público. Los estudiantes instalaron en una calle animada un puesto donde la gente podía hacerse miembro de una organización fundada recientemente, una organización opuesta al gasto de dinero en el carnaval anual de Maguncia. Las octavillas decían que sería mejor dedicar ese dinero a la ayuda al Tercer Mundo. Las octavillas estaban apiladas en grandes montones en el puesto y los estudiantes intentaban repartirlas entre los que pasaban y conseguir firmas en favor de la causa. Uno de los estudiantes filmó lo que sucedió desde una casa cercana, posibilitando así el análisis de los tipos de comportamiento que se produjeron (Ewen y otros 1981-1982). Participaron hasta los tenderos de las calles adyacentes. Intentaban que los peatones no se detuvieran en el puesto con gestos que mostraban claramente su opinión de que los estudiantes estaban locos.

La experiencia de que la gente le diera la espalda cuando se acercaba y que otros cambiaran de dirección para evitarle le impresionó tanto a Michael Hallemann, que dedicó a ese tema su tesina de licenciatura y su tesis doctoral (Hallemann 1984, 1989; véase también 1986).

El Instituto Allensbach realizó una encuesta representativa en la que se enseñaba un dibujo a los entrevistados. A los hombres se les enseñó la imagen de dos hombres, y a las mujeres la de dos mujeres. En cada una de ellas una persona le dice a la otra: «Imagínate lo que me pasó ayer. Fue tan embarazoso... Yo... ». Entonces el encuestador dice: «Aquí tiene a dos personas hablando. Lamentablemente la frase del hombre / de la mujer está inacabada. ¿Qué cree que quería contar, qué fue lo que pudo sucederle?». Después de analizar las respuestas de unos 2.000 entrevistados, Hallemann diseñó treinta situaciones embarazosas. En la siguiente encuesta de Allensbach se

les presentaron a los entrevistados estas situaciones, escrita cada una de ellas en una ficha, y se les dijo: «Estas fichas describen algunas situaciones que pueden producirse en algún momento. Por favor, coloque las fichas sobre esta hoja, según le parezca embarazosa o no la situación».

Las diversas situaciones embarazosas se exponen en la tabla 28 junto con los resultados en la República Federal de Alemania, España y Corea. En junio de 1989 los investigadores repitieron la serie de preguntas. Pareció no haber cambios significativos en lo que la gente encontraba embarazoso. Los resultados de la segunda encuesta fueron prácticamente idénticos a los de la primera. Hasta este test habíamos supuesto que el azoramiento dependía en gran parte de las tradiciones culturales y que variaría mucho de país a país. Al menos en Alemania, España y Corea se da una sorprendente semejanza entre las situaciones percibidas como embarazosas.

Goffman (1956, 270) escribió que si queremos aprender más sobre la naturaleza social del hombre debemos estudiar las situaciones que provocan azoramiento. Como no podemos preguntar a la gente directamente sobre su naturaleza social -la mayor parte de la gente preferiría ignorarla (la mayoría de los alemanes aseguran que no les importa lo que los demás piensen sobre ellos)-, tenemos que buscar indicadores, como afirmó Emile Durkheim en *Las reglas del método sociológico* (1895). Los indicadores no son lo que se busca, pero permiten atisbar lo que se quiere estudiar.

La medición del miedo al aislamiento

La publicación de *La espiral del silencio* planteó múltiples cuestiones difíciles. La investigación social se había concentrado en el campo de la dinámica de grupos desde los años treinta, y una de las críticas fue que los diversos grupos a los que pertenece el individuo son mucho más influyentes que el público indefinido al que se refería la teoría. La gente da mucha más importancia a lo que dicen y piensan sus vecinos, colegas, compañeros de club y miembros de sus grupos de referencia que a lo que dicen y piensan los desconocidos de un público anónimo.

Donsbach y Stevenson intentaron refutar esta objeción (1986, 10 y sigs.). Afirmaron que la espiral del silencio no pretendía ser una teoría determinista que sólo tenía en cuenta un factor exclusivo -por ejemplo, el miedo al aislamiento- como único determinante del comportamiento de un individuo, factor que afectaría del mismo modo a todas las personas. El miedo al aislamiento público es uno de los diversos factores que determinan el proceso de la opinión pública. Los grupos de referencia también desempeñan un papel. Citaron un estudio

dirigido por el investigador holandés Harm t'Hart, que demuestra que el que las opiniones del grupo primario de referencia sean reforzadas o contradichas por la presión de la opinión pública, o el que los grupos a los que está vinculada una persona sigan defendiendo puntos de vista minoritarios es importante para determinar si una persona va a hablar o no para defender su opinión sobre un tema controvertido (t'Hart 1981).

Tras décadas de fructífera investigación social en el campo de la dinámica de grupos, era evidente la influencia de los grupos en el proceso de formación de la opinión. Pero los investigadores de dinámica de grupos no traspasaron los límites de los grupos que estudiaron. No tuvieron en cuenta el elemento público. Por ello parecía esencial dirigir la atención a ese campo, clave para entender el término «opinión pública». Es imposible lograrlo sin tener una clara comprensión del significado del público como jurado de la naturaleza social del hombre.

Se puede demostrar la importancia del público anónimo utilizando el indicador elaborado por Hallemann para medir la turbación. Cuando se les pide a los encuestados que describan espontáneamente situaciones embarazosas, raras veces escogen situaciones de grupo reducido o con gente conocida por ellos. El 21 por ciento de las situaciones suceden en presencia de un grupo bastante pequeño de desconocidos, y el 46 por ciento ante un gran público anónimo (Hallemann 1989, 135, tabla 14). Hallemann agrupó sus situaciones de test en marcos privados y marcos con un pequeño o un gran público. Los resultados demostraron que cuanto mayor es el público, mayor es el porcentaje de personas que encuentran la situación especialmente embarazosa (ibíd., 137, tabla 15).

Parece perfectamente lógico que una situación desagradable entre conocidos pueda ser mas embarazosa que con desconocidos que uno quizá no vuelva a ver, es decir, en presencia de un público anónimo; pero los resultados refutan esta lógica. El estigma que produce una situación embarazosa ante conocidos no es definitivo. Siempre cabe la posibilidad de rectificar la impresión producida. Pero cuando se trata de un público anónimo, no hay recurso posible, no se puede explicar o pedir disculpas por las acciones realizadas. El estigma es indeleble.

Hallemann también se ha acercado más que nadie hasta ahora al objetivo de medir el miedo al aislamiento. Calculó una puntuación basada en el número de situaciones que un individuo consideraba embarazosas. La sensibilidad de la naturaleza social del entrevistado se clasificaba como muy excepcional, excepcional, media, escasa o muy escasa, con los correspondientes grados de miedo al aislamiento. Después examinó la disposición del entrevistado a expresar sus

opiniones o a permanecer en silencio. Descubrió que los individuos con un sentido más intenso de turbación -y, podríamos añadir, un mayor miedo al aislamiento- también tenían una tendencia mayor a no opinar sobre temas controvertidos. Esto no se debía, sin embargo, a un carácter tímido o taciturno, ya que estaban tan dispuestos como los demás a participar en conversaciones sobre asuntos no controvertidos (ibíd., 178 y sigs.).

La comprobación del sentido cuasiestadístico

¿Existe realmente el sentido cuasiestadístico tal como lo describe la teoría de la opinión pública? ¿Puede la gente percibir el clima de opinión? Los entrevistados de todos los países que hemos estudiado han respondido de buena gana a preguntas como: «¿Qué piensa la mayoría de la gente?» o «¿Está la mayor parte de la gente a favor o en contra de un tema determinado?». Se podría esperar que los encuestados respondieran: «¿Por qué me lo pregunta a mí? ¡Usted es el sociólogo!». Pero no lo hacen. La disposición a realizar una estimación es un indicio de que la gente intenta continuamente evaluar la fuerza de las opiniones contrapuestas sobre un tema determinado. Pero con frecuencia las estimaciones son incorrectas. A menudo se sobrevaloran las opiniones apoyadas por los medios de comunicación influyentes. Este fenómeno es lo que suele llamarse actualmente «ignorancia pluralista». «El público juzga mal al público.» En su libro *Social Psychology* (1924), Floyd Allport discutió este fenómeno, que había analizado exhaustivamente R. L. Schanck en su estudio sobre la comunidad (1932; véase Merton 1949; Newcomb 1950). Allport señaló que el individuo sólo tiene tres maneras de realizar deducciones sobre las opiniones y puntos de vista predominantes entre la población: la prensa, el rumor y la «proyección social». El concepto de «proyección social» es en realidad idéntico al de «percepción especular» (*looking glass perception*), término introducido posteriormente para explicar la «ignorancia pluralista» (O'Gorman y Garry 1976; Fields y Schuman 1976) y para oponerse a la idea de un sentido cuasiestadístico (Glynn y McLeod 1985; Salmon y Kline 1985). Es cierto que las comprobaciones han confirmado unánimemente la percepción en espejo, pero también han mostrado que, independientemente de los puntos de vista individuales, la población total percibe qué opiniones están ganando terreno y cuáles lo están perdiendo, igual que percibimos si sube o baja la temperatura (Noelle-Neumann 1985, 1991). ¿Qué otra explicación cabe de esto sin aceptar la capacidad de la gente para captar la distribución de frecuencias? Es obvio que desde el principio de los tiempos se ha intentado influir en esas percepciones, no sólo en los últimos años, en que la investigación

social ha arrojado luz sobre este fenómeno. Ello hace que resulte sorprendente el que los medios de comunicación -es decir, la prensa-, mencionados por Allport como una fuente complementaria de orientación sobre la opinión predominante en el conjunto de la comunidad, no se considerasen significativos hasta bien entrados los años ochenta. Actualmente sabemos que los medios de comunicación constituyen la fuente más importante para la observación constante que el individuo realiza del medio. Siempre que la distribución de frecuencia de la opinión popular sobre un tema se desvía de las estimaciones de la población sobre cómo piensa la mayoría de la gente sobre ese tema, podemos sospechar que se deba a la influencia de los medios de comunicación. En otras palabras: los medios de comunicación transmiten las ideas sobre las distribuciones de frecuencia (Noelle-Neumann 1989).

La comprobación de la disposición de la gente a expresar su opinión o a permanecer en silencio

Es una lástima que tan pocos países tengan una amplia red de ferrocarriles. Desde la primera publicación de *La espiral del silencio*, el «test del tren» se ha utilizado para medir la disposición a expresar opiniones o permanecer en silencio (véanse págs. 35 y sigs. más arriba). Pero a medida que la teoría se iba difundiendo internacionalmente se fueron planteando más y más dudas sobre la posibilidad de aplicarlo a otros países en los que un viaje de cinco horas en tren fuera algo demasiado infrecuente como para que los encuestados pudieran imaginárselo. Tuvimos, pues, que elaborar otra pregunta: «Imagínese que está haciendo un viaje en autobús de cinco horas, y que todos los pasajeros bajan en una larga parada. En un grupo de pasajeros alguien empieza a hablar sobre si habría que apoyar... o no. ¿Le gustaría hablar con esta persona para conocer mejor su punto de vista o preferiría no hacerlo?». Donsbach y Stevenson diseñaron otra pregunta en la que un periodista de la televisión pide a la gente en la calle si les podría hacer una encuesta sobre un tema controvertido. En este caso, sin embargo, la dimensión pública es demasiado amplia. Hallemann descubrió que el miedo al aislamiento aumenta con el tamaño del público. La audiencia televisiva constituye, después de todo, el público más amplio que existe en la actualidad.

Hay muchas otras expresiones públicas de la inclinación individual a manifestar las convicciones: peinados, barbas, pegatinas -que se utilizan como símbolos tanto en los Estados Unidos como en Europa-, en Alemania, bufandas moradas que simbolizan la participación en grandes convenciones y reuniones eclesiásticas. Todo esto puede

traducirse en situaciones de test que sirvan para detectar la disposición a mostrar u ocultar las propias convicciones.

El núcleo duro: una respuesta a partir de «Don Quijote»

Se produjeron algunos malentendidos cuando se puso a prueba la teoría de la espiral del silencio al aparecer la primera edición de este libro, en parte porque en esa edición los capítulos 17 (sobre los herejes y la vanguardia) y 23 (sobre el núcleo duro) eran demasiado breves. Actualmente todavía no sabemos sobre la vanguardia más de lo que sabía Platón cuando intentaba utilizar a los poetas para conseguir un cambio de valores, como vimos en el capítulo 25.

Varios comentaristas supusieron que el núcleo estaba formado sencillamente por las personas que estaban especialmente convencidas de una opinión, o las personas con un comportamiento de voto extremadamente estable. Y también hay críticos que sostienen que yo inventé el núcleo duro para tener una excusa siempre que los datos no confirmaran la teoría.

Pero la tesina de licenciatura de Maria Elisa Chuliá-Rodrigo en la Universidad de Maguncia, en la que estudia la opinión pública en *Don Quijote de la Mancha*, de Cervantes, ha definido mejor el núcleo duro. Leer a Cervantes teniendo en cuenta la teoría de la opinión pública incrementa la dimensión trágica de su obra. Don Quijote se ha empapado del sistema de valores de la sociedad leyendo demasiados libros de caballería. Y por eso ansía combatir y que le recompensen por ello, cobrando «eterno nombre y fama». Pero todo lo que hace, la ropa que viste y las curiosas armas que porta, pertenecen a un mundo que había existido doscientos años antes de su época. Se encuentra aislado, burlado y derrotado, pero sigue fiel a los ideales de la caballería casi hasta el final de la novela (Chuliá-Rodrigo 1989).

Los que pertenecen a la vanguardia están comprometidos con el futuro y por ello se encuentran necesariamente aislados; pero su convicción de que se hallan por delante de su época les permite soportarlo. El «núcleo duro» sigue comprometido con el pasado, conserva los valores antiguos mientras sufre el aislamiento presente.

Cómo se transforma en opinión pública la suma de las opiniones individuales

En la conferencia de 1970 de la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública, el científico social Sidney Verba afirmó que la investigación de la opinión política no avanzaba hacia una teoría de la opinión pública porque «suele centrarse en el individuo como unidad de análisis» (Verba 1970, 455). No estoy de acuerdo. Lo que impedía la elaboración de la teoría no era el hecho de

que la unidad de análisis fuera el individuo, sino el que la investigación empírica ignoraba la naturaleza social del individuo. Las encuestas preguntaban sobre la opinión, el comportamiento y los conocimientos del individuo: «¿Está usted a favor de...?». «¿Está usted interesado en...?». «¿Le preocupa a usted...?». «¿Prefiere usted...?». Etcétera.

Lo que faltaba, especialmente en la investigación electoral, era preguntas sobre el clima de opinión: «¿Qué piensa la mayoría de la gente?». «¿Quién está ganando...?». «¿Qué está *in u out*?». «¿Sobre qué discutiría hasta con su mejor amigo?». «¿De quién se burla la gente?». «¿A quién se le desaira?». Preguntas todas dirigidas al marco social y, por ello, a la naturaleza social del individuo.

No es que la naturaleza social del hombre haya sido completamente ignorada por la investigación social. Peter R. Hofstätter escribió en 1949, en su *Psychologie der öffentlichen Meinung* (Psicología de la opinión pública): «Para que una opinión sea pública debe poseer lo que a primera vista parece una característica extraña: su expresión debe ir acompañada de una comprensión confusa -probablemente incluso falsa- de las opiniones sostenidas por los otros miembros del grupo... Nuestra definición actual de la opinión pública como la distribución de frecuencias de las opiniones individuales es incompleta. Su carácter público exige que el punto de vista propio se encuentre localizado en algún lugar de la distribución de frecuencias de los puntos de vista expresados» (Hofstätter 1949, 53). Pero de aquí no se derivaron conclusiones para la investigación de la opinión. Por eso no se resolvió el problema esencial de cómo surge esa poderosa estructura que llamamos opinión pública a partir de la suma de las opiniones individuales expresadas en porcentajes por la investigación mediante encuestas. Se ignoró a la opinión pública, la que provoca temor y temblor en los gobiernos y los fuerza a actuar políticamente y produce «consecuencias sociales y políticas», como afirmó el psicólogo Brewster M. Smith en la conferencia de 1970. Y también se ignoraron las fuerzas que mantenían en silencio a los individuos si no compartían la opinión pública, como hizo notar James Bryce.

Por lo que sabemos, la causa de la transformación de la suma de las opiniones individuales en opinión pública es la continua interacción entre las personas debida a su naturaleza social. La amenaza de aislamiento, el miedo al aislamiento, la continua observación del clima de opinión y la evaluación de la fuerza o de la debilidad relativas de los diferentes puntos de vista determina si la gente expresa sus opiniones o permanece callada.

27. Resumen: funciones manifiestas y latentes de la opinión pública

Ahí está el campo enmarañado y enredado de la teoría de la opinión. Es un campo lleno de tocones de los una vez poderosos particularismos teóricos, un campo en el que ha crecido una densa maleza, en el que hay confusas zarzas de disputas teóricas y una espesura infinita de descripciones psicológicas.

(WILLIAM ALBIG, 1939)

Al terminar este libro quiero completar el círculo y preguntar de nuevo: ¿qué es la opinión pública?

Reflexionemos sobre el capítulo segundo del libro de Harwood Childs *Public Opinion: Nature, Formation, and Role* (La opinión pública: naturaleza, formación y papel; 1965), en el que Childs presenta cincuenta definiciones de la opinión pública. O la primera frase del artículo de W. Phillips Davison (1968) sobre la opinión pública en la *International Encyclopedia of the Social Sciences*- «No hay una definición generalmente aceptada de "opinión pública"». Parece que las cincuenta definiciones recogidas por Childs proceden de sólo dos conceptos diferentes de la opinión pública. Además, hay unas pocas definiciones de carácter técnico-instrumental, en las que se identifica la opinión pública con los resultados de las encuestas de opinión, y se la define como «la agregación de las opiniones individuales realizada por los analistas de opinión» (Beniger 1987, 54; véase Gollin 1980, 448). Casi todas las definiciones recogidas por Childs están relacionadas con estos dos conceptos:

1. La opinión pública como racionalidad que contribuye al proceso de formación de la opinión y de toma de decisiones en una democracia.
2. La opinión pública como control social. Su papel consiste en promover la integración social y garantizar que haya un nivel suficiente de consenso en el que puedan basarse las acciones y las decisiones.

La comparación de ambos conceptos trae a la memoria una distinción famosa realizada por Robert Merton en *Social Theory and Social Structure* ([1949] 1957):

- Las *funciones manifiestas* son las consecuencias objetivas que contribuyen al ajuste o a la adaptación del sistema *pretendidas y reconocidas* por los participantes en el sistema.
- Las *funciones latentes* son, correlativamente, las que *no son pretendidas ni reconocidas* (ibíd., 51).

El primer concepto de opinión pública puede interpretarse como una función manifiesta, pretendida y reconocida, mientras que el segundo supone una funcionalidad latente, no pretendida ni reconocida.

Dadas las enormes diferencias entre los diversos conceptos de opinión pública, algunos estudiosos han pedido que se abandone el término «opinión pública», al menos en el uso científico (Palmer [1936] 1950, 12; Habermas 1962, 13; Moscovici 1991, 299). Sin embargo, no habría que descartar un término que existe -como se ha demostrado- desde la antigüedad y que se ha venido utilizando a lo largo de los siglos mientras no se encuentre otro igualmente comprensivo y más apto para transmitir el significado del concepto, esto es, una forma particular de control social. Si tuviéramos que abandonar el término «opinión pública» perderíamos nuestro conocimiento secular de la función latente de la opinión pública, por medio de la cual se mantiene un consenso suficiente en el seno de una sociedad, y quizás en el mundo entero (B. Niedermann 1991; Rusciano y Fiske-Rusciano 1990). Ya no podríamos reconocer las relaciones existentes entre fenómenos tan diferentes como el clima de opinión, el *Zeitgeist* (espíritu de los tiempos), la reputación, la moda y los tabúes, y tendríamos que volver a un nivel de conocimiento anterior a la «ley de la opinión, la reputación y la moda» de John Locke.

Las páginas siguientes se centran inicialmente en el concepto de «la opinión pública como racionalidad», y después se vuelven hacia el concepto de «la opinión pública como control social». Por último, propondré una lista de argumentos a favor de la afirmación de que el concepto de opinión pública es más eficaz cuando se interpreta desde su función latente de control social, como sucede en el concepto de la espiral del silencio.

La opinión pública como función manifiesta: la formación de la opinión en la democracia

El pensamiento de finales del siglo XX sigue dominado por el concepto de opinión pública que comenzó a imponerse a finales del siglo XVIII. Según ese punto de vista la opinión pública se caracteriza por la racionalidad. Se entiende aquí por racionalidad la adquisición consciente de conocimiento mediante la razón y la elaboración de juicios lógicos y racionalmente correctos a partir de ese conocimiento.

La adquisición de conocimientos y la formación de juicios supone el uso de transformaciones y deducciones lógicas. La racionalidad opera con conceptos definidos inequívocamente que se incluyen en un marco conceptual más amplio. La racionalidad aprehende así diferentes campos objetuales de los que se pueden derivar inferencias lógicas. El conocimiento de esos campos está configurado, pues, por la lógica, la causalidad y la consistencia. Los productos del pensamiento lógico son convincentes, razonables y comprensibles intersubjetivamente.

Hans Speier define sucintamente el concepto de opinión pública basado en la racionalidad así: «opiniones sobre asuntos de interés nacional expresadas libre y públicamente por personas no pertenecientes al gobierno que reivindican el derecho a que sus opiniones influyan en o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno» (Speier 1950, 376; véase también pág. 127 más arriba). Aquí la relación entre la opinión pública y la racionalidad es directa: son lo mismo. En la práctica -suponiendo que haya libertad de prensa- se da un alto grado de acuerdo entre la opinión pública y la opinión prevalentemente publicada por los medios de comunicación. La definición de Hans Speier incorpora también la función manifiesta de la opinión pública. La opinión pública está relacionada con la política: sirve de apoyo a la formación de opiniones y decisiones sobre asuntos políticos por parte del gobierno.

Esta concepción de la opinión pública como una especie de *raisonnement* político en la esfera pública, como un correlato del gobierno (Habermas 1962), parecía especialmente convincente debido a la extendida creencia de que el concepto de opinión pública había aparecido en el siglo XVIII, con la Ilustración. Todavía hoy se encuentra esta afirmación en enciclopedias y diccionarios de todo el mundo. El término se atribuye con frecuencia a Jacques Necker, el ministro francés de economía que intentó mantener estables las finanzas del gobierno a pesar del creciente desorden público poco antes de la Revolución Francesa²⁸.

Los primeros intentos de explicar el término «opinión pública» se realizaron en el siglo XIX. James Bryce (1888, 1889), que trató sobre los respectivos y diferentes papeles de la opinión pública en Gran Bretaña y los Estados Unidos en la cuarta parte de *The American Commonwealth* (La comunidad americana), redujo el concepto a la

²⁸ Véanse por ejemplo: *International Encyclopedia of the Social Sciences*, 1968, vol. 13, 192; *International Encyclopedia of Communications* 1989, vol. 3, 387; *Staatslexikon Recht, Wirtschaft, Gesellschaft* 1988, vol. 4, 98; véase también Bucher 1887, 77; Bauer 1930, 234 y sigs.

discusión racional de los temas políticos controvertidos en el seno de una democracia. Robert Ezra Park, cuando estudiaba en Alemania a comienzos del siglo XX, se encontró dividido entre Tönnies, profesor suyo en la Universidad de Berlín, que estaba intentando aclarar teóricamente el concepto de opinión pública, y Oswald Spengler, el autor de *La decadencia de Occidente* (1918-1922), otro profesor suyo en la Universidad de Berlín, que le introdujo en el campo de la psicología de masas. La psicología de masas era entonces un campo relativamente nuevo. Había sido fundada en las últimas décadas del siglo XIX por el criminólogo italiano Scipio Sighele, así como por Gustave Le Bon y Gabriel Tarde. En su ensayo *Masse und Publikum* (La masa y el público, 1904), publicado en inglés en 1972 como *The Crowd and the Public*, Park intenta encontrar una vía de salida, atribuyéndole sentimientos a la masa y razón a la opinión pública. La opinión pública procede del *raisonnement*, de los debates en los que se plantean los diferentes puntos de vista hasta que uno de ellos acaba saliendo victorioso y los oponentes quedan sometidos más que convencidos.

Según una monografía estadounidense (Frazier y Gaziano, 1979), Park quedó exhausto y desengañado tras la elaboración del texto mencionado. Este estado de ánimo le hizo rechazar una oferta para ser profesor en la Universidad de Chicago cuando volvió a los Estados Unidos. Probablemente ése sea el mismo destino que espera todavía hoy a los autores que intentan identificar la opinión pública con la racionalidad.

El artículo «Concepts of Public Opinion», de Francis G. Wilson, publicado en la *American Political Science Review* de 1933 (Wilson 1933, 371-391), ejemplifica el método utilizado normalmente para analizar el concepto de opinión pública. El término se divide en los componentes «público» y «opinión». Después se analizan «la relación entre la opinión y el público, la relación entre el público y el gobierno y la relación entre la opinión y el gobierno» (ibíd., 382). Estas relaciones se caracterizan por la idea de participación. El significado de «público» se restringe al de «el conjunto de personas que tienen derecho a participar en el gobierno» (390). La presión de esta opinión pública se ve como una carga para el gobierno.

Treinta años después, Childs empleó un enfoque parecido en su *Public Opinion*, en el capítulo sobre las definiciones citado más arriba. Childs divide el capítulo en sendos estudios sobre «Los públicos», «Las opiniones» y «El grado de uniformidad». A esto le sigue «El proceso de formación de la opinión», «La calidad de las opiniones», «¿Quién mantiene las opiniones?» y «El tema de las opiniones». Después esboza los antecedentes históricos y caracteriza cada

década del siglo XX según los temas de opinión pública y las técnicas para influir sobre ella. Acaba describiendo cómo, desde los años treinta, se ha vuelto más factible y frecuente la medición de la opinión pública a intervalos regulares mediante las encuestas de opinión. Y así termina el libro.

Alrededor de la mitad de las cincuenta definiciones de opinión pública recogidas por Childs se basan en la concepción racional de la opinión pública. James T. Young llama opinión pública al «juicio social de una comunidad autoconsciente sobre una cuestión de relevancia general después de una discusión pública y racional» (Young 1923, 577-578). A. W. Halcombe (1923, 36) la define como «las opiniones que se basan en una parte substancial de los hechos necesarios para una decisión racional». Y J. A. Sauerwein (1933, 29) comenta: «Es bastante exagerado suponer que existe actualmente una opinión pública, en sentido intelectual, fuera de la elite». Pero, al mismo tiempo, se percibe un acento de resignación subyacente: «Quizá suene un poco severo, pero la opinión pública no existe, y sólo hace falta una moderada comprensión de la naturaleza humana para ver que no es posible la existencia de una opinión pública inteligente» (Jordan 1930, 339).

La gran estima que la civilización occidental tiene por la racionalidad explica sin duda por qué ha sobrevivido el concepto racional de la opinión pública. También explica por qué algunos creen que desmontando el concepto como una máquina y definiendo sus partes y su relación mutua podrían comprender la naturaleza de ese fenómeno.

Básicamente, el concepto de la opinión pública ha estado, y sigue estando, sometido a un trato autoritario, como si pudiera decidirse arbitrariamente si habría que conservar o descartar el concepto o el papel que debería desempeñar en una democracia en el futuro. Esta tendencia ya era evidente en el primer escrito sistemático sobre el tema, *Public opinion and popular Government* (La opinión pública y el gobierno popular), de A. Lawrence Lowell (1913). Lowell expone la que considera la «verdadera» opinión pública y que, por tanto, debe escuchar el gobierno: las opiniones formadas tras una discusión exhaustiva. Según su definición, sólo tienen peso las opiniones de los individuos que han reflexionado sobre la cuestión. Y limita aún más la definición aplicándola sólo a los temas que caen bajo la jurisdicción del gobierno. La religión, por ejemplo, queda excluida.

A principios de los años treinta, cuando comenzó el método de las encuestas representativas, el término «opinión pública» se hizo más corriente. Nadie sentía remordimientos por hablar de «encuestas de opinión pública» o «investigación de la opinión pública», o por titular

Public Opinion Quarterly a la nueva revista fundada en 1937. Pero, ¿eran verdadera «opinión pública» los resultados de las encuestas de opinión? Tanto entonces como ahora los investigadores han solido identificar la opinión pública con los resultados de las encuestas de opinión. La estrategia consistía en crear una definición técnica de la opinión pública basada en las herramientas y los resultados brutos de las encuestas. Por ejemplo: «La opinión pública consiste en las reacciones de la gente ante afirmaciones claramente formuladas y preguntas realizadas en una situación de entrevista» (Warner 1937, 377). «La opinión pública no es el nombre de alguna cosa, sino una clasificación de una serie de cosas que, en una distribución de frecuencias estadísticamente ordenada presenta modas o frecuencias que llaman la atención o provocan interés» (Beyle 1931, 183). «Ahora que contamos con la indudable realidad de las encuestas de opinión pública seguiremos llamando opinión pública a una distribución de actitudes bien analizada» (Lazarsfeld 1957, 43). En un artículo escrito con ocasión del cincuenta aniversario del *Public Opinion Quarterly*, James Beniger se refiere a la «definición [de Albert Goblin] actualmente ubicua de la opinión pública como la agregación de las actitudes individuales realizada por los investigadores de opinión» (Beniger 1987, 54; Gollin 1980, 448).

Herbert Blumer fue el primer investigador que adoptó una postura crítica frente a esta situación. En su artículo de 1948 sobre «La opinión pública y las encuestas de opinión pública» criticó agudamente «la escasez, por no decir la completa ausencia, de generalizaciones sobre la opinión pública a pesar de la voluminosa cantidad de estudios realizados mediante encuestas acerca de la opinión pública».

Lo que me impresiona es la aparente ausencia de esfuerzo o de interés sincero por parte de los estudiosos de las encuestas de opinión pública por intentar identificar el objeto que se supone quieren estudiar, registrar y medir... No se preocupan de realizar análisis independientes de la naturaleza de la opinión pública para juzgar si la aplicación de su técnica se adecua o no a esa naturaleza.

Hay que decir algo sobre un enfoque que excluye conscientemente cualquier consideración de ese problema. Me refiero a la estrecha posición operacionalista de que la opinión pública consiste en los resultados de las encuestas de opinión pública. En ese caso, curiosamente, los resultados de una operación, del uso de un instrumento, se consideran el objeto de estudio en lugar de verlos como una contribución al conocimiento del objeto estudiado. La operación deja de ser un proceso guiado por un objeto de investigación. Es ella, por el contrario, la que determina intrínsecamente su objetivo... Sólo quiero señalar que los resultados del estrecho operacionalismo, tal como los

hemos descrito, dejan sin responder la cuestión del sentido de esos resultados (Blumer [1948] 1953).

Tras esta fuerte crítica, Blumer se dedica a la investigación de los contenidos, la formación y la función de la opinión pública en una democracia, esbozando magistralmente el concepto de una opinión pública racional con una función manifiesta de informar a los políticos de la democracia sobre las actitudes de los grupos funcionales que constituyen las organizaciones de la sociedad. Se fija ante todo en los grupos de interés: sindicatos, asociaciones de empresarios, cámaras de agricultura y grupos étnicos. Blumer no dice por qué puede llamarse «opinión pública» a estos grupos de interés y a su presión sobre los políticos. Pero describe convincentemente el papel desempeñado por estos grupos en la formación de las opiniones de los políticos. También muestra por qué los políticos deben tener en cuenta la presión ejercida por ellos. Naturalmente, no todos los individuos de una sociedad ejercen el mismo grado de influencia sobre el proceso de formación de la opinión. Muchos individuos disfrutan de una elevada posición, de prestigio y de un alto nivel de conocimiento especializado. Están muy interesados e implicados, e influyen considerablemente en las otras personas. También hay individuos que carecen de todas estas cualidades. Pero en las encuestas representativas se trata igual a estas personas diferentes, cuyo juicio e influencia no tiene el mismo peso. Está claro que Blumer, por los argumentos que presenta, no cree que las encuestas sean un método adecuado para la indagación de la opinión pública.

Treinta años después, Pierre Bourdieu expuso esencialmente los mismos argumentos en su ensayo «La opinión pública no existe» (Bourdieu 1979; Herbst 1992). En la conferencia de 1991 de la *American Midwest Association of Public Opinion Research* (MAPOR), que tuvo lugar en Chicago, hubo una sesión sobre concepciones europeas de la opinión pública, descrita en una serie de artículos publicados en la *International Journal of Public Opinion Research* (Beniger 1992). Se presentaron las teorías de la opinión pública de Foucault, Habermas y Bourdieu. Las tres se basan en el supuesto de que la formación de la opinión es un proceso racional.

Junto al creciente interés por las teorías de la elección racional en el campo de la ciencia política y la fascinación creciente por los procesos cognitivos entre los psicólogos, la idea de la opinión pública como racionalidad parece estar cada vez mejor atrincherada a medida que se acerca el final del siglo. James Beniger, por ejemplo (1987, 58-59), espera que surja un nuevo paradigma con estas características: «Sin embargo, si se permite que las actitudes dependan de la cognición

(conocimientos y esquemas) además del afecto, y probablemente también de las predisposiciones conductuales, la comunicación que "sólo" cambie las condiciones puede ser tan importante para el cambio actitudinal como la comunicación con componentes afectivos. De hecho, la investigación de la opinión pública cuenta con una venerable literatura que señala que la información creíble puede crear un impacto más duradero en la opinión pública que las meras apelaciones persuasivas. Se puede esperar que una mayor elaboración del paradigma orientado hacia una mejor comprensión de la formación y el cambio de esta clase de opinión pública desempeñe un papel central en las páginas de la *Public Opinion Quarterly* en su segundo medio siglo».

La opinión pública como función latente: el control social

En la vigesimoquinta conferencia anual de la *American Association for Public Opinion Research* de 1970, en la sesión titulada «Hacia una teoría de la opinión pública», Brewster Smith, un psicólogo de la Universidad de Chicago, afirmó que la investigación «todavía no había afrontado el problema del modo en que se articulan las opiniones individuales para producir consecuencias sociales y políticas» (Smith 1970, 454).

El problema no podía resolverse porque nadie buscaba una opinión pública capaz de ejercer presión. El concepto racional de la opinión pública no explica la presión que ésta debe ejercer para tener alguna influencia sobre el gobierno y los ciudadanos. El *raisonnement* es iluminador, estimulante e interesante, pero no puede ejercer la clase de presión ante la que -como dijo Locke- ni una persona de cada diez mil es invulnerable. O, como dijo Aristóteles, el que pierde el apoyo del pueblo deja de ser rey. O, como escribió Hume, «el gobierno... se funda sólo en la opinión. Y esta máxima se aplica tanto a los gobiernos más despóticos y militares como a los más libres y populares» ([1741-1742] 1963, 29). Interpretando la opinión pública como control social es fácil explicar su poder. Cicerón le dice a su amigo Ático, en una carta escrita en el año 50 a.C., que había mantenido una opinión falsa debido a la influencia de la opinión pública (*publicam opinionem*). Ya en esta primera aparición conocida del término, la «opinión pública» no designa el juicio bueno y racional sino más bien lo contrario.

El concepto de una opinión pública racionalmente configurada se basa en la idea de un ciudadano informado y capaz de formular argumentos razonables y de realizar juicios correctos. Este concepto se centra en la vida política y en las controversias políticas. La mayor parte de los autores que emplean este concepto reconocen que sólo un pequeño

grupo de ciudadanos informados e interesados participa realmente en esas discusiones y juicios. Pero el concepto de la «opinión pública como control social» afecta a todos los miembros de la sociedad. Como la participación en el proceso que amenaza con el aislamiento y provoca el miedo al aislamiento no es voluntaria, el control social ejerce presión tanto sobre el individuo, que teme el aislamiento, como sobre el gobierno, que también quedaría aislado y finalmente caería sin el apoyo de la opinión pública. El ejemplo de Sudáfrica muestra que actualmente un país entero puede quedar aislado por la opinión mundial hasta el punto de tener que acabar cediendo.

El concepto de opinión pública como control social no tiene en cuenta la calidad de los argumentos. El factor decisivo es cuál de los dos bandos de una controversia tiene la fuerza suficiente como para amenazar al bando contrario con el aislamiento, el rechazo y el ostracismo. La importancia de lo que se piensa sobre la fuerza del otro bando se describió al comienzo de este libro, con el ejemplo del «vuelco en el último minuto» en las elecciones federales alemanas de 1965 y 1972. El fenómeno semejante observado por Lazarsfeld en las elecciones presidenciales estadounidenses de 1940, que él explica en términos de psicología individual como el «efecto del carro ganador» - todos quieren estar en el bando victorioso-, lo interpreta la teoría de la opinión pública en términos psicosociológicos: nadie quiere quedarse aislado. Tanto el mecanismo del carro ganador como la espiral del silencio se apoyan en el supuesto común de que el individuo observa las señales del medio sobre la fuerza y la debilidad de los diferentes bandos. La diferencia estriba en el motivo de estas observaciones. Además, la teoría de la espiral del silencio subraya los cambios graduales procedentes de un proceso social en marcha, mientras que el carro ganador se fija en un cambio más repentino de una posición a la otra por una información nueva sobre quién va por delante. Ambos podrían producirse a la vez (Davison 1958).

Muchos escritores se han dado cuenta intuitivamente de que la victoria o la derrota en el proceso de la opinión pública no depende de lo que esté bien o mal. Por ello, la desaprobación con la que se castiga la conducta desviada no tiene, como señaló el jurista alemán Ihering en 1883, un carácter racional como la desaprobación de «una conclusión lógicamente incorrecta, un error en la resolución de un problema aritmético o una obra de arte fallida». Más bien se expresa como la «reacción práctica de la comunidad, consciente o inconsciente, ante la lesión de sus intereses, una defensa para la propia protección» (Ihering 1883, 242, véase también 325). En otras palabras, es un asunto de cohesión y de consenso de valores en una sociedad. Esto sólo puede basarse en valores morales -bueno y malo- o en valores

estéticos -bello y feo-, ya que sólo éstos tienen el componente emocional capaz de poner en marcha la amenaza de aislamiento y el miedo al aislamiento.

Comparación de los dos conceptos de la opinión pública

Al comparar los dos conceptos diferentes de la opinión pública hay que insistir en que se basan en supuestos diferentes sobre la función de la opinión pública. La opinión pública como proceso racional se fija especialmente en la participación democrática y el intercambio de puntos de vista diferentes sobre los asuntos públicos, así como en la exigencia de que el gobierno tenga en cuenta estas ideas y la preocupación de que el proceso de formación de la opinión pueda ser manipulado por el poder del Estado y del capital, por los medios de comunicación y la técnica moderna (Habermas 1962).

La opinión pública como control social busca garantizar un nivel suficiente de consenso social sobre los valores y los objetivos comunes. Según este concepto, el poder de la opinión pública es tan grande que no puede ignorarlo ni el gobierno ni los miembros individuales de la sociedad. Este poder procede de la amenaza de aislamiento que la sociedad dirige contra los individuos y los gobiernos desviados, y del miedo al aislamiento debido a la naturaleza social del hombre.

El escrutinio constante del medio y la observación de las reacciones ajenas se manifiestan en la disposición a expresarse o la tendencia a permanecer en silencio, y crean un nexo entre el individuo y la sociedad. Esta interacción da poder a la conciencia común, los valores comunes y las metas comunes, así como a las amenazas concomitantes dirigidas contra los que se desvían de estos valores y metas. El miedo al aislamiento que se experimenta en los casos de desviación procede del estímulo que se siente en las experiencias compartidas en grupo. Los investigadores suponen que estas reacciones se han formado en el curso del desarrollo humano para garantizar una cohesión suficiente de las sociedades humanas. La prueba empírica de esta suposición la constituye el «método de muestreo de experiencias» (*experience sampling method* o EMS), que demuestra que la soledad va unida con la depresión y el desaliento para la mayoría de las personas (Csikszentmihalyi 1992).

Una de las principales diferencias entre el concepto racional de la opinión pública y el concepto de opinión pública como control social radica en la interpretación del término «público». Según el concepto mantenido por la teoría democrática de la opinión pública como producto del *raisonnement*, lo «público» se define en términos del contenido de los temas de la opinión pública, que son contenidos políticos. El concepto de la opinión pública como control social

interpreta «público» en el sentido del «ojo público» (Burke 1791): «a la vista de todos», *coram publico*. El ojo público es el tribunal en el que se juzga al gobierno y a todos los individuos. Las dos concepciones también discrepan en la interpretación del término «opinión». Según el concepto de la teoría democrática, la opinión es ante todo cuestión de puntos de vista y discusiones individuales, mientras que el concepto de opinión pública como control social se extiende a un área mucho mayor; en realidad a todo lo que exprese visiblemente en público una opinión relacionada con valores, sea directamente, bajo la forma de convicciones expresadas, sea indirectamente, mediante pins y pegatinas, banderas, gestos, peinados y barbas, símbolos visibles públicamente y comportamientos con implicaciones morales públicamente visibles. Este concepto de la opinión pública puede aplicarse incluso al tema de la turbación (Goffman 1956; Hallemann 1989). Abarca desde todas las reglas de carácter moral (la «corrección política») hasta los tabúes, ámbitos todos ellos de conflicto grave e irresuelto que no pueden discutirse en público sin que resulte amenazada la cohesión social.

Desde la perspectiva del concepto de opinión pública de la teoría democrática, hay que ser crítico al emplear el término «investigación de la opinión pública» para designar las encuestas representativas, como lo han sido Herbert Blumer, Bourdieu y otros muchos defensores del concepto, ya que las encuestas conceden el mismo peso a las opiniones de las personas que están informadas y a las de las que no lo están. Y eso no puede reflejar la realidad.

Desde la perspectiva de la opinión pública como control social, todos los miembros de la sociedad participan en el proceso de la opinión pública, en el conflicto de valores y metas destinado en parte a reforzar los valores tradicionales y en parte a acabar con los valores antiguos y sustituirlos por nuevos valores y metas. Este proceso puede observarse con la herramienta de las encuestas representativas. Sin embargo, las preguntas habitualmente necesarias son diferentes de las que incluyen las encuestas convencionales de opinión. Además de las preguntas sobre la opinión del entrevistado se precisan preguntas sobre el clima de opinión. Hay que preguntar a los encuestados cómo perciben su medio: ¿Qué piensa la mayoría de la gente? ¿Qué está aumentando o disminuyendo? Hay que hacer preguntas sobre la amenaza de aislamiento -qué opiniones y formas de comportarse son impopulares- y sobre la disposición a expresarse y la tendencia a quedarse callado.

Según este concepto de la opinión pública, muchas de las preguntas que se incluyen actualmente en las encuestas no sirven para revelar la «opinión pública». Hay que preguntar sobre las opiniones y las formas

de comportamiento con una carga valorativa que hacen que el individuo se aísle o pueda aislarse en público.

Los intentos que se han realizado desde mediados de los años sesenta para revivir el concepto de la opinión pública como control social han tenido poco éxito (Noelle 1966). Mary Douglas ofrece una posible explicación en su libro *How Institutions Think* (Cómo piensan las instituciones; 1986, 76): «En primer lugar, según el principio de coherencia cognitiva, una teoría que vaya a lograr un lugar permanente en el repertorio público de lo conocido tendrá que imbricarse con los procedimientos que garantizan otras clases de teorías». Desde este punto de vista, el concepto de opinión pública como racionalidad no presenta dificultad alguna: puede vincularse a las teorías existentes de la democracia, a la fascinación respecto a las teorías de la elección y la acción colectiva, y a los modelos psicológicos cognitivos. El concepto psicosociológico y dinámico de la opinión pública, por su parte, presenta inconvenientes. Como señala Douglas (ibíd., 82), «los sociólogos tienen aversión profesional a los modelos de control».

Los teóricos de la filosofía de la ciencia han elaborado una serie de criterios para comprobar la calidad de los conceptos rivales. Por ejemplo:

1. Aplicabilidad empírica.
2. ¿Qué hechos quedan explicados por el concepto? ¿Qué potencial de clarificación tiene éste?
3. Grado de complejidad, es decir, magnitud de los ámbitos incluidos, o número de variables incluidas.
4. Compatibilidad con otras teorías.

Como mínimo, el concepto de opinión pública como control social es superior según tres de estos criterios. En primer lugar, puede comprobarse empíricamente. Si se cumplen ciertos requisitos de la teoría -por ejemplo, la actualidad, el componente moral o estético y la opinión de los medios de comunicación- pueden realizarse predicciones válidas del comportamiento individual (por ejemplo, la tendencia a expresarse o a permanecer en silencio) y sobre la distribución de las opiniones en la sociedad (Noelle-Neumann 1991).

En segundo lugar, este concepto tiene poder explicativo. La teoría de la espiral del silencio produce futuribles. Es decir, relaciona los fenómenos observables con otros fenómenos, afirmando y probando que existen unas determinadas reglas sociales. Con el concepto racional de la opinión pública sería muy difícil explicar el fenómeno observado por primera vez en 1965, cuando la distribución estable de

las opiniones individuales se acompañaba de un desarrollo completamente independiente del clima de opinión y de un cambio en el último minuto en las intenciones de voto (véase pág. más arriba). También sería difícil explicar con el concepto racional de la opinión pública por qué las diferencias en la distribución de las opiniones entre los diferentes segmentos de la población (divididos por edad, clase social, etc.) son mucho mayores que las estimaciones realizadas por los distintos grupos sobre el clima de opinión percibido («Qué opina la mayoría de la gente»). Y, por último, con el concepto racional de la opinión pública sería especialmente difícil explicar por qué los individuos más informados acerca de un asunto determinado -es decir, los expertos- se encuentran a menudo solos en su opinión, enfrentados a los representantes de la opinión pública, los periodistas y la población en general, que adoptan una posición conjunta diametralmente opuesta a la de los expertos. Stanley Rothman y otros investigadores han presentado pruebas empíricas de esta situación (por ejemplo, Snyderman y Rothman 1988).

En tercer lugar, el concepto de la opinión pública como control social tiene un grado mayor de complejidad. Conecta el nivel individual con el social, y se extiende por otros campos además del de la política.

El concepto encuentra dificultades de compatibilidad con otras teorías, como hemos dicho antes; pero puede conectarse con los descubrimientos psicosociológicos de la dinámica de grupos (Sherif 1936, 1965; Asch 1951, 1952) y también con las teorías psicosociológicas de Ervin Goffman sobre la turbación y la estigmatización.

El que hayamos comparado en estas páginas las posibilidades de las dos concepciones de la opinión pública no significa que haya necesariamente que elegir entre ellas. El intercambio racional de argumentos, o *raisonnement*, desempeña incuestionablemente un papel en el proceso de la opinión pública, aunque se haya realizado poca investigación empírica sobre el tema. Pues incluso los valores con una carga moral necesitan un apoyo cognitivo para hacerse presentes en la opinión pública.

Si buscamos una imagen que sirva para explicar la relación existente entre la discusión pública y la opinión pública como control social, la discusión pública podría verse como algo incrustado en la dinámica del proceso psicosociológico, que lo guía y lo articula en ocasiones, pero que a menudo permanece en un nivel meramente intelectual y no influye, por ello, en las emociones morales, que es donde se origina la presión de la opinión pública. Según la definición de Merton, la función manifiesta del debate público -llegar a una decisión mediante la presentación de argumentos en público- es consciente, deliberada y consentida. Sin embargo, a menudo la población no está convencida

emocionalmente -no está electrizada- y la función de toma de decisiones carece de la fuerza que hace falta para crear y defender el necesario consenso social. La única opinión que puede llevar a cabo la función latente de mantener la cohesión social es la aceptada y aprobada emocionalmente por la población. Desde este punto de vista, las discusiones públicas a menudo son una parte -no la totalidad- del proceso de la opinión pública.

La función manifiesta también puede denominarse función aparente, mientras que la función latente es la función real. Merton ilustra esto con el famoso ejemplo de las danzas hopi de la lluvia, cuya función explícita consiste en provocar la lluvia en las épocas de sequía, pero cuya función latente -y por lo tanto real- es la de proporcionar cohesión a la tribu hopi en las épocas de necesidad.

Dado que la función latente de la opinión pública como control social, con su finalidad de integrar la sociedad y garantizar un nivel suficiente de consenso, no es intencional ni reconocida conscientemente, suele haber malentendidos sobre el concepto. Quizá sea posible algún día reconciliar a los intelectuales con la idea de que la opinión pública ejerce una presión hacia la conformidad en el individuo. Esto convertiría la función latente de la opinión pública en una función manifiesta. En otras palabras: llegaría a ser considerada una fuerza necesaria en la sociedad.

En la primera edición de este libro no traté el concepto racional de la opinión pública ni los resultados de la investigación sobre los grupos de referencia y dinámica de grupos. Mi primer objetivo era describir la nueva perspectiva procedente del redescubrimiento del papel de la opinión pública como control social, un papel del que sólo comenzamos a ser plenamente conscientes. En esta segunda edición no sólo he comentado algunas de las contribuciones más importantes sobre la opinión pública, como las de Robert Park, Herbert Blumer y Pierre Bourdieu, sino que también he intentado aclarar la relación entre el concepto dinámico psicosociológico de la opinión pública como control social y el concepto de la teoría de la democracia de la opinión pública como *raisonnement* en la esfera pública. Por delante queda la tarea de investigar la interacción entre los grupos de referencia, la dinámica de grupos, la psicología de masas y la opinión pública como control social.

Epílogo, en agradecimiento

No me agrada decir adiós a mis lectores. Espero volver a encontrarme con ellos cuando se hayan investigado las relaciones entre la opinión pública y la política, la opinión pública y la economía, la opinión pública y el arte, la ciencia y la religión, y cuando se haya demostrado

que el modo en que se ha descrito la opinión pública en este libro produce una mejor comprensión que la que había antes, posibilitando tanto el diagnóstico como la predicción.

Gran parte de lo que me ha acompañado durante tanto tiempo ya no me pertenece. Solía imaginarme, en relación con mi tema, como una paseante solitaria en un parque. Pero en realidad no estaba sola. Entre los que me han ayudado quiero dar las gracias, sobre todo, a Helmut Seaton, del Instituto Allensbach, que desempeñó simultáneamente las tareas de ayudante científica y secretaria. No creo que hubiera podido escribir el libro sin ella.

Muchos colegas del Instituto de Demoscopia Allensbach me han ayudado, a menudo con verdadero entusiasmo, incluso cuando mis peticiones llegaban en pleno programa obligatorio de investigaciones contratadas e incluían cuestionarios o tabulaciones aparentemente peregrinas, por ejemplo sobre el test del tren. Quiero mencionar, como especialmente comprometido con el trabajo, a Werner Süßlin, responsable de los archivos del Instituto, y a Gertrud Vallon, lectora de los textos en francés y, simultáneamente, estimulante comentadora.

También he recibido ayuda del Instituto de Publicística de la Universidad Johannes Gutenberg de Maguncia; de las tesinas de licenciatura de Christine Gerber sobre Rousseau, de Angelika Tischer -Balven de soltera- sobre Tocqueville y de Dieter Petzolt sobre «el ojo público como conciencia», con unas secciones sobre Lutero que fueron especialmente importantes para mí. También me fue útil la tesina sobre Maquiavelo presentada por Frank Rusciano en la Universidad de Chicago.

Quisiera expresar mi agradecimiento al profesor Jean Stoetzel de la Universidad de París V-René Descartes por haberme facilitado sus notas inéditas para una conferencia sobre la opinión pública y por haberme puesto en contacto con su doctoranda en filosofía Colette Ganochaud, que estaba escribiendo una tesis sobre el concepto de opinión pública en Rousseau.

Quisiera darle las gracias a mi colega de Maguncia Hans Mathias Kepplinger por su ecuanimidad al discutir mi tema y el modo en que siempre me estimuló. Gracias también a Imogen Seger-Coulborn, la única que leyó el manuscrito capítulo a capítulo a medida que yo lo iba escribiendo. Espero que esto demuestre cuánto valoro sus comentarios críticos. Ha tenido en cuenta mi interés acerca de la opinión pública durante muchos años mientras llevaba a cabo su propia investigación científico-social y me ha enviado muchos mensajes sobre el tema. Al darle las gracias a ella también lo hago a todos los amigos y colegas que me han ayudado indicándome fuentes. Las notas de Imogen eran a menudo muy breves pero siempre

contenían referencias meticulosas; por ejemplo: Henry David Thoreau en su diario de 1840, cuando tenía veintitrés años. Y la cita de Thoreau: «Siempre es fácil infringir la ley, pero incluso para los beduinos del desierto es imposible resistirse a la opinión pública».

Finales de 1979 - comienzos de 1980

E.N.N.

Epílogo de la segunda edición

Quisiera agradecerles a Maria Marzahl y Patty McGurty, miembros del Departamento de Inglés del Instituto Allensbach, la traducción al inglés de las nuevas secciones de esta edición. Le agradezco su ayuda en la revisión de la traducción a Matthew Levie, que, siendo estudiante en la Universidad de Harvard, pasó el verano de 1991 completando un período de prácticas en el Instituto Allensbach. También quiero expresarle mi agradecimiento a Jamie Kalven, que corrigió el manuscrito erradicando así los últimos vestigios de peculiaridades lingüísticas alemanas, así como, muy especialmente, a Mihaly Csikszentmihalyi, profesor de psicología en la Universidad de Chicago, que de nuevo ha robado parte del tiempo dedicado a su trabajo como académico y autor para comparar la traducción con el original alemán, como había hecho con la primera edición inglesa. Me gustaría agradecerle su trabajo perspicaz y perseverante a Erich Lamp y a Anne Niedermann (Jäckel de soltera), autores que el lector encontrará mencionados en los nuevos capítulos 25 a 27, y, por último, a Helmut Seaton, ayudante mía desde hace muchos años; sin su ayuda habría sido imposible acabar esta edición mientras cumplía mis obligaciones laborales en el Instituto de Allensbach y la Universidad de Maguncia.

Por supuesto, nuestra investigación ha proseguido. He aquí un informe sobre nuestros descubrimientos y nuestros progresos más recientes.

No hace mucho hicimos otro descubrimiento sorprendente en nuestro seminario de la Universidad de Maguncia: sir William Temple (1628-1699) tuvo algo que decir sobre la opinión pública (Frentiu 1990). Temple repartió su vida de trabajo entre misiones políticas y diplomáticas, de una parte, y el empeño en estudios filosóficos y literarios cultivados en la soledad privada de la biblioteca de su finca rural de la otra, como había hecho Montaigne un siglo antes. Impresionado por Jonathan Swift, casi cuarenta años menor que él, Temple empleó al joven de veintidós años como su secretario. Su trabajo en común hubo de dilatarse durante dos décadas, y Swift publicó las obras de Temple en cuatro volúmenes.

En las obras de sir William Temple, que precedió a David Hume en más de cincuenta años, descubrimos el tema principal de Hume: la caída de los gobiernos cuando carecen de autoridad o no cuentan con la confianza del pueblo, lo que, según Temple, es lo mismo. Y cien años antes de Madison, encontramos en la obra de Temple la idea central de la espiral del silencio: el hombre «difícilmente esperará o se arriesgará a introducir opiniones nuevas donde no conozca a nadie o a

pocos que las compartan, y donde piense que todos los demás van a defender las que ya habían recibido» (Temple [1672] 1964, 58-59).

Un antiguo alumno me ha reñido benévolutamente por dar demasiada relevancia a las fuentes de mis ideas y demasiado poca a mi propio trabajo. La razón por la que he citado con tanto celo a otros autores es porque, como científica, considero amigos míos a todos los que he ido encontrando -en otros lugares, en otras partes del mundo- en mi camino hacia el descubrimiento de alguna verdad. Por eso también les estoy tan agradecida a licenciados como Sabine Mathes, que investigó con gran entusiasmo, utilizando el ejemplo de la energía nuclear, la relación entre los diversos factores que intervienen en la interacción entre los medios de comunicación y la opinión pública, hasta que finalmente pudimos comprender el papel de los diferentes elementos del proceso de la opinión pública en su secuencia cronológica. La posición de los medios, o un cambio en la posición de los medios, precede a un cambio en la evaluación del clima de opinión. El cambio en la evaluación del clima de opinión precede a un cambio en las actitudes personales. La conducta -la disposición a expresarse- se adapta a la evaluación del clima de opinión pero, recíprocamente, también influye en las evaluaciones del clima de opinión en un proceso de retroalimentación que inicia un proceso de espiral.

Me pareció que me habían hecho un regalo cuando Hans Zetterberg me habló del *Pitágoras* de Platón. En este diálogo se discute sobre el mito en el que Zeus declaró que había que repartir los talentos entre las personas, dando un talento diferente a cada una. Una persona, por ejemplo, recibió el don de la artesanía, otra el de la música, o el de la curación. Por último Hermes tenía que repartir los dones políticos, el sentido de la justicia (*dike*) y el sentido de la vergüenza (*aidos*). Hermes preguntó: «¿Reparto estos dones como hice con los otros o los reparto entre todos?». «Entre todos», dijo Zeus. «Todos tienen que participar en ellos. Porque las ciudades no podrían surgir si sólo unos pocos los poseyeran, como sucede con los demás.»

«*Aidos* es... una idea difícil», dicen los editores de una edición inglesa del *Pitágoras*. «Es inútil ponerse de acuerdo sobre un código de conducta si los miembros de la comunidad no se rigen por él. Un modo de obligar al cumplimiento de esas convenciones es la opinión pública. Los miembros de una comunidad tienden a albergar una grave preocupación acerca de la opinión de los otros miembros de la comunidad sobre ellos. *Aidos* representa el miedo a la desaprobación pública que garantiza que se cumplan generalmente las convenciones sociales» (Hubhard y Karnofsky 1982, 96). Ésta es la respuesta a la pregunta de Protágoras: «¿Es que no habrá algo que todos los ciudadanos compartan si una nación ha de existir en realidad?».

Apéndice

Estudios de literatura sobre la opinión pública

Una guía de análisis de textos

Hay que estudiar la literatura teniendo en cuenta las siguientes preguntas:

1. ¿Contiene la publicación una o más definiciones de la opinión pública? Si no es una publicación que recopile diversas definiciones, ¿qué definición o definiciones de la opinión pública toma como punto de partida?
2. ¿Continúa la publicación el trabajo de otros autores -sean contemporáneos o del pasado- y lo hace simplemente con citas ocasionales o establece un sentido de continuidad? ¿Qué autores?
3. ¿Qué autores clásicos se citan sobre el tema de la opinión pública, explícita u ocasionalmente?
4. ¿Versa parte de la publicación o la obra entera sobre el contenido de la opinión pública (en alguna época determinada, sobre algún tema concreto, apoyado o combatido por unos grupos o instituciones determinados) o se utiliza el contenido de la opinión pública sólo para ejemplificar el funcionamiento de ésta?
- 5a. ¿Versa alguna parte o toda la obra sobre el funcionamiento de la opinión pública? ¿Lo hace desde la perspectiva de la psicología social, o adopta la perspectiva política, o cultural, o de algún otro campo?
- 5b. ¿O se esboza el funcionamiento de la opinión pública cuando lo permite el contexto, aunque no sea el tema principal de la publicación?
6. ¿Se trata la opinión pública como una capacidad de juicio crítica, intelectual, altamente valorada (el concepto elitista) o como un medio de integración, de presión hacia la conformidad, de control social (el concepto integrador)?
7. ¿Presenta el autor la opinión pública como algo absurdo o inteligente, o como algo alternativamente absurdo e inteligente? ¿Qué características se atribuyen a la opinión pública? ¿O se abstiene el autor de realizar juicios de valor?
8. ¿Se menciona la conformidad en relación con la opinión pública? ¿Se menciona el miedo al aislamiento como causa de conformidad? ¿Menciona la publicación el concepto de «miedo social» (o algún término sinónimo) en relación con la conformidad?
9. ¿Se insiste especialmente en el miedo del individuo al aislamiento como un factor del proceso de la opinión pública?
10. ¿Cómo percibe el individuo la aprobación o desaprobación del medio (las señales del medio)?

11. ¿Trata la publicación el principio de Hume de que «el gobierno... se funda sólo en la opinión», o adopta alguna posición más general sobre la idea de que el gobierno debe tener en cuenta la opinión?

12. ¿Se afirma explícita o al menos implícitamente en la publicación que la opinión o el clima de opinión tiene una carga moral, está relacionado con el juicio moral?

13. ¿Distingue el autor explícita o implícitamente entre las posiciones racionales y las morales? ¿Cómo describe la relación entre ambas? ¿Se distingue entre etapas de predominio de las posiciones morales y etapas de predominio de las posiciones racionales?

14. ¿Distingue la obra explícita o implícitamente entre la opinión pública (sobre un tema específico, a corto plazo) y el clima de opinión (tendencia a la difusión, a largo plazo)? ¿Puede entenderse a partir de esta obra el concepto de opinión pública como encarnación del clima de opinión?

15. ¿Contiene la publicación una discusión del término «público»? ¿Se define lo «público» legalmente, políticamente o en términos de psicología social (como tribunal, ojo público)?

16. ¿Qué se describe como expresión de la opinión pública: los contenidos de los medios de comunicación, los resultados electorales, los símbolos, los rituales (celebraciones), las instituciones, la moda, los rumores, los chismes, las reacciones de las personas ante los comportamientos, los patrones verbales, otros?

17. ¿Cómo se contempla la relación entre el periodismo, los medios de comunicación de masas y la opinión pública?

a) ¿Se identifica la opinión publicada con la opinión pública o se las puede distinguir claramente?

b) ¿Se considera que los medios de comunicación tienen una influencia poderosa o limitada en la formación de la opinión pública, o no se trata esta cuestión?

c) ¿Describe la obra otros factores que influyen en la opinión pública? ¿Cuáles?

18. ¿Trata la obra la influencia de la opinión pública sobre ciertos ámbitos como la ley, la religión, la economía, la ciencia, el arte o la estética (cultura pop)?

19. ¿Distingue la publicación entre la percepción de un individuo de la opinión y del miedo al aislamiento en su familia, en su círculo más amplio de amistades, conocidos, vecinos y compañeros de trabajo y, por último, en el público anónimo?

20. ¿Es posible sacar conclusiones respecto a las opiniones del autor sobre el fenómeno de la opinión pública o sobre el concepto de «público» o del «ojo público» estudiando el Zeitgeist (espíritu de los

tiempos), las condiciones sociales y culturales o las circunstancias en las que vivió el autor?

21. ¿Qué ha echado en falta en este cuestionario? ¿En qué lugar de la publicación había afirmaciones explícitas o implícitas sobre la opinión pública o el término «público» que no haya podido incluir desde estas preguntas?