



Revista de Comunicación de la SEECI

E-ISSN: 1576-3420

editor@seeci.net

Sociedad Española de Estudios de la
Comunicación Iberoamericana
España

Mut Camacho, Magdalena

APUNTES SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA A PIE DE CALLE

Revista de Comunicación de la SEECI, núm. 28, julio, 2012, pp. 1-10

Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana

Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=523552846001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



REVISIÓN/REVIEW

Recibido: 24/11/2011---**Revisado:** 10/01/2012

Aceptado: 19/04/2012---**Publicado:** 15/07/2012

APUNTES SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA A PIE DE CALLE

Magdalena Mut Camacho¹: Universitat Jaume I de Castellón. España.
magda.mut@com.uji.es

RESUMEN

El presente artículo propone el reflexionar sobre la opinión pública que se manifiesta en las calles de cualquier ciudad del mundo. Desde las primeras acciones que se podrían considerar opinión pública en la historia, hasta la actualidad, descubrimos como ha ido variando su potencial y su influencia. Desde la simple organización de una opinión unánime hasta su repercusión como movimiento que busca el cambio social, político, económico, etc. En la actualidad comprobamos asiduamente a través de los medios de comunicación, masas de personas que se juntan y reúnen, enlazados por el apogeo emocional de participar en un movimiento espontáneo y reivindicativo. Donde lo que une son los sentimientos de conexión, la impaciencia por esperar que aquello que los ha reunido se haga realidad, la sensación de fuerza al estar juntos y el orgullo de sentirse partícipe. Agrupados emocional y físicamente configuran un hermanamiento de la opinión que se manifiesta con mucha fuerza.

PALABRAS CLAVE: Opinión pública – Manifestación – Ciudadanía - Participación

¹ **Autor correspondiente:**

Magdalena Mut Camacho: Profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón. España.

Correo: magda.mut@com.uji.es

COMMENTS ON THE PUBLIC OPINIÓN ON STREET

ABSTRACT

This article proposes to reflect on public opinion manifested in the streets of any city in the world. From the first actions that could be considered public opinion in history, until now, has been changing as we discover their potential and influence. From the simple organization of a unanimous opinion to its impact as a movement that seeks social, political, economic, etc. Today, through the mass media, masses of people who come together and meet, linked by the emotional climax of participating in a spontaneous protest movement. Emotionally and physically clustered form a twinning of the opinion that is expressed with great force.

KEY WORDS: Public opinion - Protest march – Citizenship - Participation networks

1. INTRODUCCIÓN

La opinión pública constituye un campo interdisciplinar en el que convergen la ciencia política, la sociología, la psicología social y las ciencias de la comunicación. La opinión pública también es un concepto complejo y polisémico, por lo que se pueden dar tantas definiciones como marcos de referencia se usen. Además, su carácter de “publicidad” hace que las opiniones públicas necesiten ser concretadas. (Caldevilla, 2012, p. 180).

Es a partir de este concepto sobre esta necesidad de “concretizar” de donde surge la siguiente reflexión. Por tanto con el siguiente escrito se propone una reflexión sobre la opinión pública mirada desde un punto de vista general, como se dice desde su título, una visión desde la calle.

A partir de las primeras acciones que se podrían considerar opinión pública en la historia, hasta la actualidad descubrimos como ha ido variando su potencial y su influencia. Desde la simple organización de una opinión unánime hasta su repercusión como movimiento que busca el cambio social, político, económico, etc.

De unos años acá, los medios de comunicación nos muestran masas de personas que se juntan y reúnen enlazados por el apogeo emocional de participar en este movimiento espontáneo y reivindicativo. Donde lo que une son los sentimientos de conexión, la impaciencia por esperar que aquello que los ha reunido se haga realidad, la sensación de fuerza al estar juntos y el orgullo de sentirse partícipe. Agrupados emocional y físicamente configuran un hermanamiento de la opinión que se manifiesta con mucha fuerza.

2. PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN

A lo largo de la historia de la humanidad muchos y variados serán los fenómenos que darán auténtica dimensión al papel que la sociedad puede jugar como fuerza moral y

crítica desde su interior, acontecimientos que confluirán con el nacimiento de la opinión pública tal y como hoy la entendemos.

Comenzando con el Renacimiento, el surgimiento de una mayor confianza en el hombre y en el uso de la razón, supondrá un cambio importante. En ese momento, la razón emancipada de la fe, inicia el camino de la intelectualidad, el espíritu crítico y el respeto por la libre opinión.

Muchos historiadores sitúan la aparición de la imprenta como un momento trascendente para lo que llegará a ser la opinión pública, pues nació un extraordinario instrumento de culturización, al sacar de los monasterios la cultura, y también una fabulosa herramienta de propaganda, con la facilidad para la edición de libros, cartas, libelos, panfletos, etc. Por primera vez en la historia mucha gente podía defender y abrazar nuevas ideas.

Más adelante el invento de la imprenta dará lugar al nacimiento del periodismo regular. Así fueron proliferando por toda Europa "hojas de noticias" que hablaban sobre temas hasta el momento no debatidos entre las gentes, como la democracia, la felicidad o la participación, entre otros. Este incipiente periodismo será forjador de opinión pública. Pero también se sitúa su nacimiento en lugares como cafés, salones de té y demás, donde se incubaba la agitación política, con el refuerzo de la prensa crítica e independiente.

La combinación de las palabras opinión y público juntas en una expresión para referirse a los juicios colectivos fuera de la esfera del gobierno, que afectan a la toma de decisiones políticas apareció siguiendo tendencias políticas, económicas y sociales. Como concepto, la noción de opinión pública surge en el ámbito de la filosofía liberal durante los siglos XVII y XVIII con las aportaciones de pensadores como John Locke, David Hume o Jean-Jacques Rousseau.

Así encontramos teorías fundamentales como la de Hobbes que identifica conciencia con opinión. La de Locke que habló sobre la Ley de la Opinión, junto a otras leyes como la Ley Divina y la Ley Civil. La de Rousseau, que según los estudios de Noelle-Neumann utilizó por primera vez la expresión "opinión pública" en su Discurso sobre las ciencias y las artes. Burke utiliza opinión general para referirse a aquel público privado que razona y discute públicamente sobre asuntos de interés general.

Durante el siglo XIX tomó auténtica forma con la llegada de la burguesía. Habermas indicaba que la emergencia de una esfera pública en la historia estaba íntimamente unida al crecimiento del capitalismo y al dominio de una burguesía europea. El libre intercambio de información y de crítica se convirtieron en instrumentos de la afirmación pública sobre cuestiones generales de carácter político.

Ahora, en el siglo XXI la opinión pública ha cristalizado en un ente supranacional con vida propia. La opinión pública se ha materializado en un movimiento social a escala planetaria, donde jamás la humanidad y su opinión tuvieron tanta presencia. Miles, millones de personas en todos los países, en los últimos años, salen a la calle a

manifestarse contra la guerra, contra los gobiernos, contra medidas legislativas, contra la economía, etc. Estas acciones son la concretización de la opinión pública latente. Una concretización que va permaneciendo de forma continuada, mostrando al mundo que existen unánimes actitudes frente a un tema social o político o económico. Por otra parte, gracias a las nuevas tecnologías, ahora la opinión pública es capaz de organizarse mejor y más rápidamente, además de anunciarse, y toda esta situación significa el advenimiento de la población mundial al poder político de sus países (y de los demás países), y anuncia una reducción de los poderes estatales mediante la incidencia directa en los asuntos públicos de la libre discusión de los particulares a escala mundial.

Noelle-Newmann sostiene que la opinión pública reside en las actitudes y los modos de comportamiento de las gentes, unidos por una fuerte adhesión en un momento y lugar determinados (2003, p. 148). Seguidamente la autora se pregunta si los estallidos en forma de manifestaciones tienen que ver con la opinión pública. Responde que en verdad, todos los fenómenos de opinión pública surgen por enfrentarse a una amenaza de aislamiento, cuando los individuos carecen de libertad para hablar o actuar según sus propias inclinaciones actúan para no quedarse aislados. Por tanto, comprobamos que tras todas estas manifestaciones existe una fuerte necesidad de expresión de la sociedad indignada e impotente.

3. ¿QUÉ EVIDENCIA TODA ESTA SITUACIÓN?

3.1 Que la atención sobre la opinión pública cambia

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

3.2 Que el ámbito de la opinión pública cambia

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

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

El Teatro del Absurdo dramatiza este nuevo dilema del occidental, del hombre de acción que parece no estar implicado en la acción. Éste es el origen y el atractivo de los payasos de Samuel Beckett. Tras tres mil años de explosión especialista y de creciente especialización y alineación en las extensiones tecnológicas del cuerpo, nuestro mundo, en un drástico cambio de sentido, se ha vuelto agente de compresión. Eléctricamente contraído, el globo no es más que una aldea. La velocidad eléctrica con que se juntaron todas las funciones sociales y políticas en una implosión repentina ha elevado la conciencia humana a la responsabilidad en un grado intenso. (McLuhan, 1996, p. 320).

Por tanto el ámbito de la opinión pública ha cambiado. Mientras en otra época la atención del ciudadano estaba concentrada sobre todo en los problemas locales, hoy día debe hacer frente a problemas de dimensiones globales y quiere ser partícipe de ellos. Intervienen en la formación de opiniones que van desde las cuestiones más locales, donde podemos entender su localidad, su comunidad e incluso su nación, hasta los problemas de la guerra y la paz mundial, el comercio internacional y la organización mundial.

4. REFLEXIÓN

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

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

Es interesante recoger los pensamientos del Nóbel J. Saramago, aunque es un párrafo extenso, en él se explayaba sobre la nueva situación que se vivía a raíz de la Guerra contra Irak iniciada el 20 de marzo de 2003:

(...) será precisamente en el marco de un sistema democrático general como más probabilidades tendremos de llegar a la consecución plena o al menos satisfactoria de los derechos humanos.

Nada más cierto, con la condición de que el sistema de gobierno y de gestión de la sociedad al que actualmente llamamos democracia fuese efectivamente democrático. Y no lo es. Es verdad que podemos votar, es verdad que podemos, por delegación de la partícula de soberanía que se nos reconoce como ciudadanos con voto y normalmente a través de un partido, escoger nuestros representantes en el Parlamento; es cierto, en fin, que de la relevancia numérica de tales representaciones y de las combinaciones políticas que la necesidad de una mayoría impone, siempre resultará un Gobierno. Todo esto es cierto, pero es igualmente cierto que la posibilidad de acción democrática comienza y acaba ahí. El elector podrá quitar del poder a un Gobierno que no le agrade y poner otro en su lugar, pero su voto no ha tenido, no tiene y nunca tendrá un efecto visible sobre la única fuerza real que gobierna el mundo, y por lo tanto su país y su persona: me refiero, obviamente, al poder económico, en particular a la parte del mismo, siempre en aumento, regida por las empresas multinacionales de acuerdo con estrategias de dominio que nada tienen que ver con aquel bien común al que, por definición, aspira la democracia. Todos sabemos que así y todo, por una especie de automatismo verbal y mental que no nos deja ver la cruda desnudez de los hechos, seguimos hablando de la democracia como si se tratase de algo vivo y actuante, cuando de ella nos queda poco más que un conjunto de formas ritualizadas, los inocuos pasos y los gestos de una especie de misa laica. Y no nos percatamos, como si para eso no bastase con tener ojos, de que nuestros Gobiernos, esos que para bien o para mal elegimos y de los que somos, por lo tanto, los primeros responsables, se van convirtiendo cada vez más en meros comisarios políticos del poder económico, con la misión objetiva de producir las leyes que convengan a ese poder, para después, envueltas en los dulces de la pertinente publicidad oficial y particular, introducirlas en el mercado social sin suscitar demasiadas protestas, salvo las de ciertas conocidas minorías eternamente descontentas...

¿Qué hacer? De la literatura a la ecología, de la guerra de las galaxias al efecto invernadero, del tratamiento de los residuos a las congestiones de tráfico, todo se discute en este mundo nuestro.

Pero el sistema democrático, como si de un dato definitivamente adquirido se tratase, intocable por naturaleza hasta la consumación de los siglos, ése no se discute. Mas si no estoy equivocado, si no soy incapaz de sumar dos y dos, entonces, entre tantas otras discusiones necesarias o indispensables, urge, antes de que se nos haga demasiado tarde, promover un debate mundial sobre la democracia y las causas de su decadencia, sobre la intervención de los ciudadanos en la vida política y social, sobre las relaciones entre los Estados y el poder económico y financiero mundial, sobre aquello que afirma y aquello que niega la democracia, sobre el derecho a la felicidad y a una existencia digna, sobre las miserias y esperanzas de la humanidad o, hablando con menos retórica, de los simples seres humanos que la componen, uno a uno y

todos juntos. No hay peor engaño que el de quien se engaña a sí mismo. Y así estamos viviendo. (Saramago, 2002)

Si la sociología de la comunicación de masas constituye el marco general para el estudio de la opinión pública, la comunicación política es el campo específico en el que, al converger distintas corrientes y disciplinas, podemos encontrar la visión más acertada de la misma. (Monzón, 1996, p. 66)

Actualmente en la comunicación política impera la imagen, el carisma o las dotes de persuasión como cualidades que se buscan o se crean en los líderes políticos, cualidades que han de ser expuestas a los ojos del gran público a través de la representación y el ritual de los medios de comunicación.

No hay comunicación directa entre políticos y ciudadanos, sino entre imágenes y expectativas representadas en el escenario de los medios. El hombre público se ha convertido en actor y las técnicas del mercado (marketing, publicidad, persuasión, etc.), trasladadas con relativa facilidad y éxito a la vida política, le han ayudado a dar espectáculo y representación.

Esta situación ha llevado en la actualidad a la creación de nuevos problemas dentro de la comunicación política relacionados, por ejemplo, con la infravaloración de la opinión pública (al ser aceptada como un objeto de manipulación o un referente lejano y vacío de contenido), la infravaloración de otras fuentes de producción política y cultural extrapartidistas y extrainstitucionales, sobrevaloración de la política de imagen, exceso de mensajes políticos y escasa exposición a los mismos por las audiencias o el uso acrítico e indiscriminado de géneros lingüísticos sin examinar las consecuencias en el receptor.

El análisis de éstos y otros problemas que rodean a la comunicación política, nos hace estar atentos sobre los usos de un concepto –el de la opinión pública–, que puede quedar como un simple rótulo de referencia, vacío de contenido y con realidad aparente en una sociedad de formas e imagen.

b) En la elaboración de opiniones porque cada uno de nosotros, como persona, no puede cubrir el área total de sus intereses. Tenemos que depender entonces de fuentes indirectas y secundarias de información e interpretación, y nuestros datos e inferencias son modificados por quienes nos los proporcionan a través de los diarios, la televisión, la radio, las redes sociales, etc.

Por tanto, los medios de comunicación, los formales y los informales, tienen un papel principal. Y en este escenario la prensa, la televisión y la radio deben actuar como un instrumento esencial para la formación de los diversos estados de opinión pública. Los estudios sobre opinión pública nos dejan algunas definiciones que corroboran esto: “Se trata de un número de personas dispersas en el espacio, que reacciona ante un estímulo común, proporcionado por medios de comunicación indirectos y mecánicos” (Sauvy, 1971, p. 103).

"A decir verdad, el público como grupo efímero y disperso en el espacio, es la criatura engendrada por nuestros notables medios mecánicos de comunicación" (Young, 2000, p. 43).

"Estado de conciencia colectiva en lo referente a determinados asuntos, al que llega una comunidad a causa de la presión que recibe, principalmente a través de los medios de comunicación" (Monzón, 1996, p. 66).

5. CONCLUSIONES

Podríamos deducir que a tenor de los movimientos que se organizan en la sociedad, se ha trasladado el Parlamento a la calle y también, la calle ha sido metida en el Parlamento. Entre la población las tertulias se acaloran, los ciudadanos discuten tomando café, acampadas en las principales plazas españolas, etc. Pero por ser así la manifestación de la opinión pública, corre el riesgo de ser pasajera e inocua.

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

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

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

Una última reflexión:

Para Humberto Eco los políticos, los educadores, los científicos de la comunicación creen que para controlar el poder de los mass media es preciso controlar dos momentos de la cadena de la comunicación: la fuente y el canal (Eco, 1998, p. 43).

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

El filósofo italiano dice que la batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación, no se gana en el lugar de donde parte la comunicación, sino en el lugar a donde llega.

Por esta razón, habrá que aplicar en el futuro a la estrategia "una solución de guerrilla" (Eco, 1998, p. 144). Propone que la sociedad sea capaz de imaginar unos sistemas de comunicación complementarios que le permitan llegar a cada grupo humano en particular, de la audiencia universal, para discutir el mensaje en su punto de llegada, a la luz de los códigos de llegada, confrontándolos con los códigos de

partida. Todo esto con el objeto de proponer una acción para incitar a la audiencia a que controle el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación.

Que estas guerrillas de la comunicación sean una manifestación complementaria de las manifestaciones de la comunicación tecnológica, la corrección continua de las perspectivas, la verificación de los códigos, la interpretación siempre renovada de los mensajes de masas. El universo de la comunicación tecnológica sería entonces atravesado por grupos de guerrilleros de la comunicación, que reintroducirían una dimensión crítica en la recepción pasiva. En definitiva, el retorno a la responsabilidad individual.

6. BIBLIOGRAFÍA

Caldevilla, D. y otros. (2012). *Análisis de las trayectorias investigadoras de las mujeres chilenas a partir de sus publicaciones científicas en idioma español: 2ª parte*. Madrid, AECID.

Eco, H. (1998). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona, Lumen.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós.

Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Barcelona, Tecnos.

Noelle-Newmann, E. (2003). *La espiral del silencio*. Barcelona, Paidós.

Sauvy, A. (1971). *La opinión pública*. Barcelona, Oikos-Tau.

Saramago, J. (6 de febrero de 2002). "Este mundo de la injusticia globalizada". *El País* [En línea]. Disponible: <http://www.elpais.com> [Consultado el 12 de enero 2011]

Young, K. (2000). *La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires, Paidós.

Magdalena Mut Camacho

Doctora en Comunicación empresarial e institucional por la Universitat Jaume I y licenciada en Ciencias de la información por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación y del Máster Oficial en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación de la Universitat Jaume I de Castelló. Es co-directora, junto a Joan Costa, del Máster Internacional de Dirección y Gestión de la Comunicación para Latinoamérica. Su actividad docente e investigadora se centra en la gestión intangible de la organización y en la comunicación corporativa. Ganadora del I Premio Prat Gaballi del Colegio de Publicitarios y Relaciones Públicas de Cataluña. Dirige el grupo de investigación

Reputation, Brand and Innovative Communication Towards Competitiveness. Es miembro fundador del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación y miembro de la Asociación de Directores de Comunicación DIRCOM.