

PRÓLOGO

Referencia:

Víctor Sampedro. 2000. *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.

“La reina poseía un espejo que respondía a cuantas preguntas se le formularan. Como era muy vanidosa, siempre le hacía la misma constante demanda. Siempre el espejo parlante contestaba: ¡Mi Reina ninguna estrella apaga tu luz brillante, porque tú eres la más bella!.
“Llena de orgullo la reina volvía a sentarse en su trono.” (Blancanieves y los siete enanitos)

Hablar de opinión pública implica hablar, al menos, de Historia, Sociología, Ciencia Política, Comunicación y Psicología Social. Junto con la Filosofía, estas disciplinas han reflexionado, respectivamente, sobre la evolución de las esferas de debate social, la participación de los gobernados y el control de los gobernantes, los medios de comunicación que lo permiten, y nuestras limitaciones cognitivas para decidir el interés colectivo.

Cada disciplina ha intentado "monopolizar" el estudio de la opinión pública. Pero cualquier curioso irreverente con las fronteras académicas descubre pronto que éstas encierran los mismos problemas, y en concreto uno: ¿Existe la opinión pública o sólo sus representaciones más o menos "fabricadas"? Al igual que "el pueblo", otro concepto central de la democracia, la opinión pública no tiene rostro ni voz. Pero a quien ejerza el poder más le vale tenerla en cuenta, porque sólo su apoyo o consentimiento le permitirán conservarlo. Tener en cuenta significa contar en un doble sentido. Contar con los dedos y con las palabras, hacer números y discursos.

Los contables de la opinión pública contemporánea son los políticos, los periodistas y los institutos de sondeos. Los líderes democráticos suman votos como representantes de la "mayoría social". Los comunicadores profesionales se erigen en portavoces cotidianos - a veces en tiempo real - del "sentir de la calle" que se expresa, según ellos, en tiradas, cuotas de antena o de pantalla. Por último, los expertos en demoscopia con sus encuestas someten a políticos y periodistas a un plebiscito permanente. Ninguno permanece inmune a un descenso en los barómetros de popularidad o de audiencia. Además, la demoscopia fundamenta decisiones políticas y proporciona ingente material informativo.

De hecho, esta tríada no sólo refleja sino que gestiona las preferencias ciudadanas según intereses institucionales propios. Urnas, medios y sondeos recuerdan al espejo de la bruja/reina de Blancanieves. Obsesionan al poderoso que busca en ellos la imagen más favorable para confirmar su voluntad de permanencia. Al político pragmático sólo le importa la opinión pública que se traduce en voto. No se plantearon políticas feministas hasta que se generalizó el sufragio femenino hace apenas cincuenta años (!). Ni existió la

política medioambiental hasta que los jóvenes "pos-materialistas" pudieron votar. Por su parte, al empresario de los medios le interesa una audiencia de mayorías extensas o de minorías adineradas. Los primeros aportan ingresos por ventas y los segundos, la publicidad cara. Por eso los medios convencionales ofrecen el mínimo común denominador para la información destinada a las grandes masas. Y, por último, el encuestador "cuenta" las opiniones que se pueden computar y vender al cliente. Los cuestionarios tratan temas que ya están (o van a estar) en el debate político y mediático y simplifican las respuestas (apenas sí o no).

El círculo se cierra cuando el político lee las encuestas para mejorar los resultados de las siguientes con mensajes engañosos, que los medios amplifican en busca de favores políticos, mientras los institutos de sondeos se venden al mejor (im)postor. Ciertos autores señalan que somos ciudadanos a medias, "demediados" como el caballero de Italo Calvino. La mediocracia y la sondeocracia nos han reducido al papel de espectador, "homo videns" (Sartori, 1998) seducido por la imagen y el cómputo fugaz de las encuestas. Estas críticas aciertan cuando nos recuerdan que existe otra opinión pública no institucionalizada, que cobra la forma de conversación social en el bar o la sala de estar y que, a veces, estalla en movimientos sociales, protestas, manifiestos... es lo que llamaremos opinión pública discursiva. La alimentan, sobre todo, los medios de comunicación y no ha "cristalizado" en ningún resultado electoral o sondeo. Pero los apocalípticos no deberían criticar las instituciones actuales de la opinión pública a la luz de épocas históricas anteriores. El ágora griega o la esfera pública de la Ilustración son parámetros de comparación, muchas veces idealizados.

Resultaría simplista ver la institucionalización de la opinión pública como una conjura antidemocrática de los tres grupos gestores que señalamos. Existen sistemas políticos más o menos representativos y "responsables" ante los ciudadanos, sistemas de medios más o menos abiertos y plurales, institutos de sondeos más o menos rigurosos e independientes. Además, está en juego quien se arroga la voz del pueblo y la representación de sus intereses. Cada corriente de opinión social busca portavoces políticos, medios y sondeos que le avalen. Hoy resultaría periclitado - para la política y la guerra - el general DeGaulle que negaba la validez de las encuestas e, incluso, las veía como amenaza de su independencia. Hasta los movimientos sociales más radicales consideran los medios un objetivo de su estrategia. Y tampoco faltan conflictos entre los gestores de la opinión pública. Los medios deben mantener cierta crítica a los poderes establecidos para legitimarse ante el público y lograr que sea lo más amplio posible. Numerosos informes demoscópicos independientes o académicos han impulsado iniciativas gubernamentales antes tachadas de inviábiles...

Consideraremos las instituciones de la opinión pública como un resultado más de la burocratización racional que señaló Max Weber como rasgo clave de las sociedades modernas, con sus aspectos positivos y negativos. Porque al tiempo que los ciudadanos acceden a un enorme flujo de mensajes políticos, periodísticos y demoscópicos, pierden

interés y capacidad de intervenir en ellos. La participación en la política formal resulta sorprendentemente baja en la inmensa mayoría de los países. "Todos los políticos son iguales". "La televisión siempre dice lo mismo". "A saber quien inventó los números (de un sondeo)". Son frases comunes de la conversación social cada vez más cínica respecto a la política. Si consideramos las nuevas generaciones que están llegando a la edad de voto, el panorama resulta aún más sombrío.

La reflexión que propongo quiere ser realista, ecléctica y crítica. Realista porque no se conforma con enunciar las funciones ideales de la opinión pública (elección y control de los representantes, cohesión social), contrastándolas con estudios empíricos. Combinaremos marcos teóricos y ejemplos de la realidad, como mutuamente constitutivos. Percibir la opinión pública como agente o fenómeno social resulta imposible sin teorías que la describan. Recordemos: no tiene cara ni voz propias. Y, por otra parte, la teoría sin sustento empírico suele acabar en pura especulación. Sugiero al lector que, como hice a medida que desarrollaba los argumentos teóricos, los aplique a casos prácticos de la actualidad.

También intentaremos vencer la pereza intelectual que defiende que una disciplina académica (casi siempre aquella en la que nos formamos) explica un fenómeno social en toda su amplitud. El eclecticismo también lo exige el ser conscientes de nuestros límites para comprender completa y definitivamente la opinión pública. Trataremos de provocar sinergias disciplinares (donde el resultado sea más que la suma) sobre problemas teóricos y sustantivos. Tras la síntesis, vendrán la crítica y las reformulaciones en un debate continuo que, creo, define todo proyecto intelectual. En el fondo, propongo aplicar al campo de las ideas el debate del que surge la opinión pública crítica.

El ecléctico puede ser tachado de ambiguo en su pretensión integradora. Pero la capacidad crítica negará tal acusación. Criticaremos los estándares que han guiado el estudio de la opinión pública y la escasa relación entre investigación e intervención social. Por eso, tampoco renunciaremos a proponer instituciones más acordes con los ideales de participación ciudadana que dan sentido a la democracia.

El libro se divide en ocho capítulos, que se pueden leer por separado, pero que mantienen un argumento común. La opinión pública debe integrarse en una democracia deliberativa. Ésta garantiza la posibilidad de generar y poner en común de la información necesaria para que los ciudadanos perciban sus intereses. De modo que los gobernantes decidan tal como lo harían los ciudadanos, si estuviesen en su puesto. Resulta un ideal factible si se fomentan actitudes de participación entre los ciudadanos y si se crean instituciones adecuadas.

Los tres primeros capítulos aclaran conceptos teóricos claves y los cinco últimos los aplican a cuestiones sustantivas. El capítulo primero define la opinión pública en relación al ejercicio del poder y a los distintos modelos de democracia, defendiendo la democracia

deliberativa frente a la directa y la representativa. El capítulo segundo establece las fronteras de la sociedad civil - el sustrato social de la opinión pública independiente - y de la esfera pública - el espacio institucional donde se expresa. El capítulo tercero examina la estructura de la esfera pública: los recursos, estrategias y riesgos de la representación de la voluntad popular. Asimismo, especifica los rasgos de la nueva opinión pública que expresan los medios, los sondeos y las urnas.

El capítulo cuarto comienza a plantear cuestiones concretas. Se ocupa de quién construye el discurso social dominante que canalizan los medios, según tres modelos de poder: elitismo (mandan los poderosos), pluralismo (los grupos más representativos) e institucionalismo (los actores con más recursos y mejor instalados establecen las reglas del juego democrático que también les limitan). Se constata la validez del último modelo, examinando 25 años de noticias, sondeos y políticas sobre un movimiento social en el que quizás haya participado el lector: la objeción de conciencia. Los tres modelos de poder se aplican de nuevo en los capítulos cinco y seis a los efectos de los medios sobre la opinión pública. El capítulo quinto repasa y critica las investigaciones elitistas (efectos fuertes) y pluralistas (efectos limitados). El capítulo seis presenta los argumentos e investigaciones empíricas del paradigma institucional. La tesis central es que la autonomía de la opinión pública depende de las estructuras sociales del público y de los rasgos de las instituciones que forman y expresan sus preferencias.

Los dos últimos capítulos encaran preguntas aún más concretas. El capítulo siete se pregunta por la racionalidad de las demandas ciudadanas y su influencia real en el gobierno. Si el público no tuviese opinión o no influyese en los políticos, ¿para qué estudiar estos temas? Recomendando al lector paciencia o que vaya directamente a esas páginas a encontrar las razones. El capítulo ocho analiza las consecuencias de reducir la opinión pública a sus expresiones demoscópicas y mediáticas, y su confluencia en una ciberdemocracia. Por último, se proponen ciertas reformas institucionales y vías concretas de participación.

He intentado limitar las referencias en texto y agruparlas en notas al final de cada capítulo, a modo de guía de lectura sobre conceptos y escuelas. La bibliografía del final recoge las ediciones disponibles en castellano. Ojalá este libro sirva para conducir al lector a estos otros que lo han nutrido, y que los ponga en práctica.