

## LA MANIPULACIÓN HOY:

EL PODER DE LA OPINIÓN PÚBLICA  
Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

POR JULIO CÉSAR GRANDE

## INTRODUCCIÓN

Ni en el pasado ni en el presente se ha podido definir con acierto qué es la *opinión pública*. Existen tentativas de definición, ensayos y artículos que pretenden acercarse al concepto; sin embargo, lo único que ha quedado claro es que ésta es un arma poderosa en los grupos de presión

Es corriente escuchar la frase en los debates políticos y en pronunciamientos diversos. Lo usan frecuentemente los medios de comunicación, las iglesias, los grupos económicos, los políticos y quienes desean cambiar actitudes y comportamientos en un gobierno o en un grupo social determinado

Es más, algunos investigadores señalan que se le da a la *opinión pública* una importancia que en la práctica no posee, pero sea como sea, ya para bien o para mal, la tentativa de acercarse al concepto cobra gran importancia, porque indudablemente influye en la conducta de todas las personas, en torno a un problema común

En tal sentido, con este trabajo pretendemos realizar una tentativa de análisis de este fenómeno y generar discusión al respecto, por lo tanto, si ello se logra, habremos contribuido a aclarar algunos factores que, por el momento, impiden eliminar las contradicciones que delimitan en parte la definición

## UNA BREVE HISTORIA

La expresión *opinión pública* es muy antigua. Ya Nicolás Maquiavelo, el teórico italiano del siglo XVI, señaló que un estadista sabio no debe ignorar jamás la opinión pública. El filósofo francés Alexis De Tocqueville estudió la



opinión pública en su libro "La democracia en América", publicado en París en 1835. En dicha obra, la cual apareció en cuatro volúmenes, él la denominó la "autoridad dominante" que obra por medio de elecciones y decretos

Años antes, en 1517, Martín Lutero se reveló contra la política de explotación agraria y las normas religiosas que había implantado el Vaticano. Lutero propició un verdadero alegato político y de crítica religiosa que es conocido como las "95 tesis". Él propagó sus ideas a través de hojas impresas y además hacía uso del púlpito para tratar de formar opinión en sus seguidores; esto obviamente obligó a los papas Pío V y Gregorio XIII a considerar como un atentado contra la seguridad del Vaticano, la difusión de "ideas subversivas"

Sin embargo, es al filósofo francés Juan Jacobo Rousseau a quien se le atribuye el haber acuñado la expresión *opinión pública*, esto a pesar de que

dicho fenómeno había sido analizado con mucha anterioridad en Grecia y Roma, y en algunos conventos medievales de Europa

Por su parte Rousseau analizó las manifestaciones sicosociales y políticas de este fenómeno, al cual identificaba con los prejuicios sociales; al mismo tiempo advirtió que, en el cambio social, los gobiernos no pueden adelantarse mucho a la opinión popular; y que por lo tanto es mejor para ellos apoyarse más en ésta, que en el derecho o en la coerción ilícita.

Por otro lado, hay que señalar la Revolución Burguesa de 1789 en Francia, ésta, además de haber marcado el fin de la época absolutista, dio comienzo a la era contemporánea. Nacen aquí también los medios de comunicación colectiva como portadores de ideología, y por lo tanto, las corrientes de opinión adquirieron una influencia notable hasta llegar a formar en conjunto la denominada Enciclopedia de pensadores franceses

Posteriormente en Alemania, el sociólogo Tonnies analizó en 1887 la función de la opinión pública, pero fue Walter Lippman, quien en su clásica obra publicada en 1922 delimitó un tanto el concepto, observa que un esquema de estereotipos determina en gran parte qué grupos de hechos ve la gente, y bajo qué luz lo hace

Concluyó afirmando que la opinión pública es fundamentalmente una versión moralizada y codificada de los prejuicios humanos, con lo cual demostraba que aquélla siempre se encuentra condicionada por los intereses particulares o más frecuentemente por los intereses de los sectores parciales de una sociedad o grupo

Queda claro entonces que desde los primeros años de la invención de la imprenta en 1440, hasta los ensayistas contemporáneos como W Philips, Davidson, Robert Peel, George Gallup, Elmo Roper, Luis Harris, Patrick Cadell, etc intentan definir el concepto de opinión pública en forma denotativa; sin embargo todos ellos se inclinan a verlo según su propia perspectiva, a incluir dimensiones específicas, pero olvidando variables muy importantes en el campo de la sociología, y más específicamente la sicología social, entre otras disciplinas

#### UNA DEFINICIÓN OSTENSIVA

Las definiciones modernas suelen variar sobre si la opinión pública se refiere a una cuestión pública o si la opinión, para ser pública, debe expresarse públicamente o debe quedar latente

También suele tomarse en cuenta el grado posible de acuerdo requerido o el número de personas que deben compartir una opinión para considerársela pública, además, el efecto probable que ésta genere en términos de creencias y valores más o menos notables

Aunque muchas definiciones sobre la opinión pública son muy generales, el concepto sólo tiene validez si inten-

tamos delimitarlo En este sentido podríamos señalar que *es un fenómeno colectivo o la suma y expresión de las opiniones y actitudes individuales acerca de un asunto público, opiniones realizadas de tal manera, que puedan llegar a constituirse en una presión importante, y además de importante, de conocimiento para quienes deben tomar decisiones políticas, económicas, sociales o culturales que afecten de alguna forma a un significativo conglomerado humano*

Como fenómeno masivo, la opinión pública supone la reunión por consenso de un número significativo de

opiniones individuales, lo cual le confiere su peso, y desde luego, su fuerza moral.

Además, generalmente se refieren a problemas públicos, desde luego, porque una situación problemática normalmente atañe a muchas personas y áreas geográficas más o menos extensas, y acerca de la cual hay probablemente varias posibilidades de solución

Es también una presión importante, puesto que generalmente esa presión es retomada por los denominados grupos de presión (sindicatos, gremios,



partidos políticos, iglesias, etc ), quienes al ser portadores de una ideología, dinamizan de una u otra forma el flujo o reflujo de una decisión gubernamental ubicada en una formación social específica

Entonces, la opinión pública no debe ni puede ser concebida como un simple estado de la conciencia colectiva de una población, como lo demuestra Ignacio Martín Baró. Lo que debemos entender por opinión pública supone un alto grado de formalización refleja, refleja en el sentido de una toma de conciencia sobre la cual las personas piensan o sienten como miembros de una colectividad

Huelga señalar entonces, que en la actualidad esta formalización depende en gran medida de los medios de co-

municación colectiva; éstos, al utilizar géneros editorializantes, se hacen eco de una determinada problemática socioeconómica o política

#### EL PROCESO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

La formación de la opinión pública básicamente pasa por dos etapas más o menos identificables el estado de la opinión pública y el resultado de esa situación

El estado de la opinión pública generalmente comienza con un sentimiento masivo, ya arraigado o latente en una sociedad Dicho sentimiento se introduce como una cuestión o asunto acerca del cual las personas tienen puntos de vista diferentes y les afecta de una u otra forma, de esa manera se desarrolla una apreciación "X" Lue-

go, cuando dicha apreciación se vuelve homogénea, surge la parte crítica del proceso de la opinión; finalmente, cuando los grupos de presión se hacen eco del asunto, aparece la etapa de las discusiones y debates, en forma más o menos planificada, mediante reuniones o asambleas

En la etapa del debate se forma y moldea propiamente lo que denominamos opinión pública; ya en esta fase intervienen activamente los grupos de presión, en la que a veces se incluyen de una u otra forma, publicidad, propaganda, encuestas, etc

Hay que aclarar que para los fines de este estudio, consideramos a los grupos de presión como un conjunto más o menos organizado de individuos; éstos, sin fines específicamente



Los grupos de presión constituyen una fuente permanente de opinión pública



Los líderes religiosos generan constantemente corrientes de opinión pública

políticos, procuran influir en las decisiones de los poderes públicos para que las mismas sean favorables a los intereses que persigue el grupo. Tal influencia se ejerce de manera directa encauzando la presión sobre los gobernantes, o de manera indirecta tratando de influir sobre los gobernados.

Hecha la aclaración anterior, entonces, y en todo caso, la base de esa opinión pública es el sentimiento masivo de las personas que moldean las discusiones; pero a la vez dicho sentimiento es moldeado dialécticamente por ella.

El resultado de la situación de la opinión pública conforma una especie de valor inherente de la sociedad, y se

incorpora consciente o inconscientemente al sentimiento masivo, cosa que ocurre después de las discusiones o debates, y de efectuarse ciertas acciones sociales mínimas por parte de los grupos de presión. De esa manera la opinión pública cierra su proceso, y la presión que los grupos ejerzan ya no dependerá únicamente de si se está de acuerdo o no con determinada cuestión de interés público, depende en realidad, de las acciones concretas organizadas de hecho o derecho, que tales grupos asuman en determinado momento coyuntural.

#### EL MITO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Conforme con lo expuesto, podemos señalar que la opinión pública, en-

tendida en su forma más amplia, es un arma política con capacidad de cambiar las decisiones de quienes gobiernan. Sin embargo, estas corrientes de opinión se han canalizado siempre a través de líderes de opinión o de medios de comunicación colectiva, cualquiera sea su radio de acción o cobertura. Ello es así, pese a que la opinión pública es utilizada ampliamente por los grupos de presión. Cabe preguntarse entonces: ¿existe realmente la opinión pública? Tal interrogante nos conduce a dos consideraciones: la primera, la opinión pública como manifestación de todo un conglomerado social en torno a un problema que le afecta. Aquí surge un primer escollo: ¿cómo podemos esta-

blecer concretamente un sentimiento masivo? Alguien podría argumentar que un censo o una encuesta podrían darnos una respuesta, no obstante, en dicho caso la opinión pública no sería espontánea, sino inferida, pues tales técnicas de investigación social son estrictamente normalizadas, mediante una lista de preguntas establecidas con anterioridad.

La segunda consideración consiste en que la llamada opinión pública, únicamente ha sido tomada como el juicio personal de algunos líderes de opinión o grupos de presión, se trata de líderes que creen representar el sentir y pensar de toda una población y se expresan en nombre de ellos, para ese efecto utilizan las arengas públicas, los panfletos, la prensa y la propaganda en sus diferentes formas

Desde esta perspectiva, la opinión pública es entonces un excelente mecanismo para manipular a los grupos

sociales o a las llamadas mayorías silenciosas, y por cierto, eso es lo más común en nuestro medio

La opinión pública es pues, un mito venerado y consagrado por muchos, aquí y en cualquier parte del mundo. Se le maneja políticamente por quienes pretenden influir en el ánimo de los que tienen poder de decisión gubernativa y de la población misma

No obstante lo anterior, es necesario reconocer que objetivamente sí existen las actitudes en una masa poblacional. Es decir, todos los habitantes de un país poseen mensajes que no se atreven a manifestar abiertamente o no pueden canalizarlos a través de los mass media, y desde luego, éstos por su amplia cobertura, son los instrumentos ideales para difundir corrientes de opinión, además, para que esas corrientes sean aceptadas como tales por un conglomerado humano, que de

una u otra manera, comparte dichas actitudes.

De modo que si las actitudes conducen a la acción, ésta puede manifestarse por medio de mensajes de opinión o por actividades legales o coercitivas, entonces resulta obvio inferir que la manipulación de la opinión pública es un arma que necesitan aprovechar los grupos de presión o los líderes políticos. De hecho la usan y seguirán utilizándola quienes hacen gobierno o quienes desean formar gobierno, que es la expresión y fin último de los partidos políticos

#### LA OPINIÓN PÚBLICA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA

Los medios de comunicación de masas son las instituciones encargadas de formar, transferir y propiciar la opinión pública, como expresión del sector o clase social que controla dichos medios



Tomando como juicio el elemento incuestionable de que la opinión pública es parcializada, debemos aceptar, sin embargo, que tiene su asidero y su centro de incubación en los *mass media*; y desde luego, parcializada es útil para manipular y desinformar, y muchas veces se transforma en un mito por la imposibilidad de ser el eco de toda una población.

De ahí la gran importancia de los medios como formadores y conductores de las opiniones de los líderes y los grupos que conforman una sociedad, no importa que éstos sean de cualquier ideología o naturaleza

Así, las grandes decisiones de los grupos, sus demandas y exigencias, sus proyectos, inquietudes, esperanzas e inconformidades, son frecuentemente difundidos por los medios de comunicación colectiva. A lo cual cabe agregar que normalmente son éstos quienes primero dan cuenta de una nueva inquietud, o lo que periódicamente se conoce como primicia

Ahora bien se reconoce que los medios son instituciones de fundamental importancia y con un gran poder en nuestras sociedades contemporáneas, sin embargo es necesario advertir sobre el ilimitado poder de manipulación y desinformación que pueden ejercer los grupos de presión en la población a través de aquéllos.

A propósito de manipulación podemos señalar que es una intervención técnica, operativa e ideológica que se ejerce a través de un medio, para lograr objetivos particulares deseados, tras dicho fin se hace uso intencional de códigos y símbolos previamente determinados y seleccionados. En tal sentido, existirá manipulación en cualquier medio, toda vez que los mensajes que se envíen revistan una intencionalidad. Dicha intencionalidad se traduce siempre o casi siempre, en el deseo de influir en el ánimo o en las actitudes de los diversos conglomerados humanos

Con base en lo anterior, es fácil advertir que ya no es discusión el hecho de si existe manipulación o no, lo que interesa es saber quién manipula los medios, y a favor de quiénes lo hace

Es decir, en cualquier país los medios siempre están al servicio de la clase o capa que está en el poder, pero sin olvidar que en todas las decisiones de un gobierno toman parte, de una u otra forma, los grupos de poder o en el poder, y éste puede ser ya económico, ya político, o simplemente ideológico

En general pues, los *mass media* son en gran forma, canalizadores de la opinión pública, pero a su vez son formadores o cimentadores de la misma. En otras palabras, su acción es doble, triple y hasta múltiple

Aún más los medios de comunicación colectiva forman verdaderas cadenas de opiniones en los percepto-

res, y éstos se encuentran sometidos a diario al constante bombardeo manipulador, a las apreciaciones y las interpretaciones en torno a los diversos problemas que aquejan a nuestras sociedades

Por tanto debemos admitir que los *mass media* forman en sí un fuerte grupo de empresas generadoras de opiniones públicas, tal vez el más importante en nuestros días. Con esa capacidad transmiten, moldean y crean la opinión pública, en virtud del propio alcance geográfico y su poder de atracción

Para nosotros, por la gran posibilidad de generar constantemente opinión pública, es que no nos queda más remedio que aceptar que los medios de comunicación colectiva son el Cuarto Poder. Dicho poder es real y objetivo puesto que se siente, y por ello jamás se han equivocado quienes acuñaron esa denominación para la prensa en general

