

Influencia manifiesta e influencia oculta en la comunicación *

Serge Moscovici

I

La rebelión de las minorías

Ejercen ustedes una profesión apasionante, y la mayor parte de ustedes la escogen porque posee dos funciones distintas y antagónicas: una función manifiesta de comunicación y de trasmisión de la información entre los diversos participantes en el juego social, y una función oculta de influencia, de persuasión o, como se decía antes, de sugestión. Para todos resulta evidente que los medios masivos de comunicación se asemejan a *Janus bifrons*: por una parte, el lado racional, la cara diurna que se ocupa de la educación y de la difusión de los conocimientos disponibles en el seno de un ampilo público; por otra, el lado irracional, la cara nocturna, más bien incalculable, que es como el rostro de un mago que realiza su maravilloso arte por medio de palabras y de imágenes, de individuos, de grupos y aun de quienes utilizan a sabiendas su magia. Cualquiera que sea el medio por el cual se expresa, el periodista es a la vez *homo faber* y *homo magus*, acaso el último heredero del *homo magus* en la sociedad moderna, patrocinado por el doctor Faustus, el héroe de uno de vuestros mitos nacionales. Y nadie puede cambiar nada a ello, aun si se quisiera.

En años anteriores, los que me precedieron en el lugar que hoy tengo el honor de ocupar han estudiado los diversos aspectos de la comunicación. Con el dominio del tema que les es universalmente reconocido, describieron la imagen *sociológica* de la comunicación. Este año, el jurado ha querido señalar un aspecto de la comunicación poco conocido y poco apreciado: la influencia, el efecto que ejercen las palabras y las imágenes, en suma, todos los mensajes de todo tipo, en cada uno de nosotros. De este modo se proponía sin duda alguna evidenciar los aspectos de la psicología que los hombres utilizan a sabiendas o no cuando persuaden a otros hombres y tratan de modificar sus comportamientos. Un investigador tiene

* Discurso de recepción del premio *In Medias Res*, 1980.

rara vez la oportunidad de presentar los resultados de sus trabajos a un público que, por su profesión, suscita precisamente los fenómenos analizados por él en su investigación. Y como ahora tengo la fortuna de que se me presente semejante oportunidad, les expondré algunas de mis conclusiones sacadas de mi estudio en ese ámbito de la psicología que los concierne directamente.

Pero antes de comenzar quisiera hacer un comentario respecto a la presente ceremonia. En mi opinión, se trata de un acontecimiento que rebasa con mucho mis investigaciones y mi persona. Al concederme el premio *In Media Res*, el fundador y el jurado han honrado a un europeo, inscribiendo su nombre en una ilustre alcurnia.

Saben ustedes tan bien como yo, o aun mejor que yo, cuáles fueron las circunstancias en que diversos sistemas totalitarios expulsaron a unos hombres de nuestras universidades y proscribieron la vida en nuestros laboratorios. Las ciencias sociales europeas, y en particular la psicología social, experimentaron una considerable regresión a causa de tales sistemas. Se precisó la dura labor de por lo menos dos generaciones para reconstruir las universidades y los laboratorios, para reanimar la vida intelectual en un medio desértico. Lo digo sopesando mis palabras: dos generaciones, pues primero hubo que llenar la brecha que se había abierto entretanto con los Estados Unidos, antes de poder capacitar a investigadores cuyas ideas se situaran a la vanguardia de la investigación en sus campos respectivos. Recibo, pues, el premio que se me otorga hoy en nombre de todos los investigadores y de todos los profesores cuyos esfuerzos han permitido que nuestro continente vuelva a desempeñar un papel en ciencias sociales a escala internacional. Y agradezco sincera y humildemente al jurado que, por su elección, proclama abiertamente la renovación de nuestra especialidad.

Prestamos cierto interés al problema de las minorías y deberemos prestarle aún más en adelante. Este interés se justifica por una razón muy general de la que quisiera hablarles brevemente, llamando vuestra atención sobre cierta evolución y las dos fechas que la enmarcan. Hacia 1890, por lo tanto a finales del siglo pasado, los psicólogos fueron sorprendidos por la aparición relativamente inesperada de un nuevo factor de la vida social y política, esto es, la aparición de las masas. La caída del antiguo régimen, los progresos de la industrialización, la creciente urbanización de la población rural, el nacimiento de una prensa poderosa, de sindicatos y de partidos políticos avanzados, tuvieron un efecto común: concentraron y pusieron en movimiento a un gran número de individuos. Crearon, pues, esas masas humanas que a la vez aterran y fascinan. Nació un nuevo tipo de hombre, el hombre masa, y también una nueva forma de sociedad, la sociedad de masas. Como ustedes saben, el psicólogo francés Gustave Le Bon anunció el *siglo de las multitudes*. Un poco más tarde, el filósofo español Ortega y Gasset publicó su célebre obra *La rebelión de las masas*, y el propio Freud dedicó varios tratados al fenómeno de la masa. La psicología de las masas se desarrolló para comprender este siglo y combatir la rebelión

de las masas. Su objeto era estudiar la metamorfosis de los individuos en una multitud y explicar las emociones, los modos de pensamiento y también la violencia de dicha multitud. Para Binet, Tarde, Le Bon, Freud y otros, se trataba de estudiar el mecanismo antes desconocido e ignorado de la influencia y de la contaminación. Así nació una teoría de la influencia, de la contaminación progresiva, y una teoría de la influencia y de la contaminación a distancia, que actúa a través de los medios de comunicación, en particular la prensa. En tales circunstancias nació incluso la imagen de una cultura y de una comunicación masivas. En su conjunto, corresponde a la que nos es familiar hoy en día.

Hace unos veinte años, se observó una ruptura y un cambio de tendencia. Poco a poco, ciertos grupos de edad y de sexo (mujeres, jóvenes, estudiantes) y otros calificados antaño de "desviantes" (homosexuales, presos) comenzaron a abandonar su papel de espectadores para transformarse en actores sociales y afirmarse en el mundo político y cultural. No eran los únicos. Grupos étnicos cuya disolución se creía poder observar y grupos ecológicos se manifiestan cada vez más y se afirman del mismo modo. Todas esas corrientes tienen en común la voluntad de edificar una solución de recambio a la sociedad de masas. Rechazan el anonimato de esta sociedad y desean encontrar en el marco de una verdadera democracia la identidad de que carecen. Entretanto, nos hemos convertido —parafraseando una expresión de Ortega y Gasset— en los testigos de la rebelión de las minorías. A pesar de todas las fluctuaciones que la caracterizan, cabe pensar justificadamente que no se trata de una rebelión pasajera, pues sus causas no radican en circunstancias cambiantes sino en la estructura de la sociedad. Esta rebelión está relacionada con la elevación general del nivel de instrucción, con la importancia creciente de las escuelas, de las universidades y de los institutos de educación en nuestra sociedad y, *last but not least*, con la intensificación de la comunicación que facilita tanto la conciencia de las frustraciones como la de las injusticias producidas por la aceleración de los desarrollos técnicos y de las crisis económicas conexas. Además, en una sociedad en que la originalidad y la individualidad son, por decirlo así, una necesidad económica, la masificación conduce a una contradicción. La rutina burocrática se vuelve un obstáculo y la aplanadora de la unificación, un error político. No es de extrañarse, pues, si algunos grupos defienden tal necesidad y reaccionan a la coacción de una planificación centralizada y racional, la cual produce forzosamente su contrario, esto es, espacios no planificados, o sea periféricos y no racionales, que son para la mayoría de la gente espacios de libertad. Cuando esta planificación centralizada se combina con la represión política, engendra —y aquí me expreso de manera muy moderada— tan naturalmente desviaciones como las iglesias infalibles engendran la herejía.

Es indudable que estos diversos movimientos tienen modelos en el ámbito estético. Se inspiran en las numerosas corrientes de vanguardia, del surrealismo al Por Art, pasando por el Bauhaus y el expresionismo. Gracias a su parentesco con las formas de la acción política moderna, estas corrientes

de vanguardia prepararon el terreno a lo que debería llamarse, por contraste con la cultura de las mayorías o de las masas, los valores y la cultura de las minorías.

Cualquiera que sea el valor de estas burdas indicaciones, algo es seguro: tanto en el Este como en el Oeste, los gobiernos tienen que vérselas con el fenómeno de las minorías que cobra aquí la forma extrema del terrorismo, allá la de la disidencia. Y como antaño, en el momento de la entrada de las masas en la escena de la historia europea, la respuesta de los gobiernos es: criminalizar y psiquiatrizar. La psicología de las masas nació de la discusión crítica de esta reacción totalmente ciega a una situación nueva. La psicología de aquella época había tratado de demostrar que esta situación es normal y que hay que estudiarla científicamente a fin de hallarle una solución política y cultural. Podemos rechazar las soluciones propuestas —como lo hago yo, por mi parte— pero no la manera de proceder inaugurada en aquel entonces. Considerando los cambios ya indicados, yo propuse —y sigo proponiendo— desarrollar una psicología de las minorías. Hoy en día, las minorías son un componente completamente normal de la vida social. Estoy convencido de que todos los que se interesan en la comunicación, en la política y en la acción en la sociedad deberían mirar el mundo desde el punto de vista de las minorías y ya no exclusivamente desde el punto de vista de las mayorías o de las masas unitarias, como lo han hecho hasta ahora. Y piénsese lo que se piense de las minorías, son un dato elemental de nuestra realidad. Tal es la evolución histórica que nos obliga, ya reconocida su significación, a abordar el fenómeno de la influencia social en una nueva perspectiva.

II

Mayorías silenciosas y minorías ruidosas

Toda investigación comienza por un enigma. Mi trabajo comienza por el enigma siguiente: ¿cómo puede una minoría convencer a una mayoría sobre lo acertado de sus ideas, y hacerle compartir sus opiniones? O también: ¿por qué un individuo que debería en realidad fundirse en la masa y sucumbir a la presión y a la conformidad que se desprende de ella, logra hacer cambiar de opinión al grupo al que pertenece? Estos hechos no son controvertibles y cada uno de nosotros puede observarlos. Si siguen siendo enigmáticos, esto se debe ante todo a que no han sido sometidos todavía a un análisis digno de ese nombre. Pero también existe otra razón: todas las teorías corrientes se encuentran bajo la influencia de la psicología de las masas y no tienen en cuenta los hechos evocados. Para ellas, estos hechos enigmáticos son sencillamente imposibles, por lo tanto no existen. Dichas teorías tratan de explicar cómo se imponen y se establecen las convicciones

colectivas en la opinión pública. No se preguntan qué es lo que provoca un cambio de dicha opinión. Todas presuponen que estamos influidos por la mayoría o por el mayor número y que nos inclinamos ante la competencia de quienes detentan la información, al igual que nos inclinamos ante el poder o la autoridad de la fuente que emite un juicio preconcebido. En resumen, nuestra opinión cambia bajo la influencia de aquellos de quienes dependemos de una u otra manera.

A primera vista, pues, una minoría "desviante", oprimida o heterodoxa no parece tener ninguna posibilidad de imponer su punto de vista, pues no dispone de ninguna de las ventajas enumeradas. Resulta totalmente lógico que haya suscitado tan poco interés. A pesar de esta impotencia manifiesta de las minorías, persiste la pregunta: ¿cómo ejerce una influencia una minoría (que, llegado el caso, puede constar de un solo individuo)? Existen casos particulares en los que una minoría dispone de medios propios, posee cierto prestigio o cierto poder; tales ventajas representan para los miembros de dichas minorías una gran ayuda en sus tentativas de influencias. Sin embargo, éste no es generalmente el caso ni la situación más interesante.

Para resolver este problema, hubo que reconocer primero que los factores del número, de la jerarquía, de la competencia, de la información, no desempeñan, contra toda previsión, sino un papel subordinado. En realidad, el proceso de influencia está determinado por factores psíquicos más sutiles. No me propongo aquí ahondar en las particularidades que llevaron a esta conclusión ni reproducir con lujo de detalles las características del modelo que propuse ulteriormente. Me parece necesario, sin embargo, describirles por medio de ejemplos algunos aspectos de esta teoría, a fin de que puedan tener una imagen general de ella.

Aquellos de ustedes que leyeron la novela o vieron la película recuerdan seguramente al coronel Nicholson en *El puente sobre el río Kwai*. Este oficial fue educado con una disciplina espartana, posee igualmente un sentido innato de la dignidad. Al caer preso, se rebela resueltamente contra la pretensión del vencedor de ocuparlo, a él, el oficial británico, en un trabajo degradante. Insensible a las amenazas y a los castigos, repite infatigablemente sus argumentos que sostiene contra viento y marea y en todas las circunstancias posibles. Después de varios intentos de hacerlo ceder, aun sus compañeros presos comprenden la vanidad de tales tentativas. No sólo los demás oficiales obedecen a sus órdenes que ya no se apoyan en ningún poder temporal, sino que aun los soldados soportan las crueldades que se les infligen, pues "el ejemplo del coronel Nicholson era para ellos más embriagante que la cerveza o el whisky a los que debían renunciar". Del otro lado vemos al adversario, el capitán Saito, que no sabe cómo reaccionar a semejante testarudez y que pierde cada día un poco más de compostura, se hunde en las tinieblas del espíritu, hasta no ver más salida que ceder al prisionero resuelto y fascinante.

Estos personajes ficticios y el desarrollo de las relaciones que existen entre ellos concretan el carácter principal del modelo y de la reacción que

desencadena. El conformismo suele instalarse porque la minoría desviante no asume una posición firme ni defiende fuertemente una opinión. El otro término de la alternativa es que la minoría permanece fuerte e independiente e impone así a la mayoría su sistema de opiniones y de valores. Dicho con otras palabras: una minoría pequeña pero resuelta puede, precisamente porque preconiza una concepción propia, sigue un fin claramente circunscrito y actúa de manera coherente, inculcar a una mayoría su propio sistema de valores y de creencias. Podemos distinguir varias condiciones de la influencia de la minoría.

a] Representa una posición "prohibida", "desviante", que es socialmente pertinente en cierto momento. Tal era, en el caso de Solzhenitsyn, la actitud respecto a los campos de concentración.

b] O bien posee los medios materiales e intelectuales que permiten soportar las consecuencias de una toma de posición y de abordar el conflicto que se deriva de ella.

c] O bien tiene la posibilidad de provocar un conflicto, aunque la mayoría evite o rechace dicho conflicto. Esto significa, por una parte, que uno se adhiera completamente a su propia causa y que uno se identifique con su posición propia hasta excluir cualquier retroceso y cualquier incertidumbre. Esto significa, por otra parte, que se rechaza cualquier compromiso, aun si el compromiso representa la posibilidad más simple de resolver el conflicto. De este modo, se corre el riesgo de ofender y de desenmascarar a la opinión mayoritaria.

d] La ausencia de compromiso que distingue la influencia minoritaria lleva a la mayoría a un callejón sin salida. Desde el punto de vista psicológico, la ausencia de compromiso crea una relación de no reciprocidad. Como la minoría se niega a ceder, la solución del conflicto sólo parece depender de una concesión por parte de la mayoría.

e] El éxito de las tentativas de influencia depende menos del número, de la competencia, etcétera, de los actores sociales que de su estilo de comportamiento. ¿Qué quiere decir esto? Simplemente lo siguiente: que persuadimos más bien por la manera en que nos comportamos y defendemos nuestro punto de vista —sea o no extremo— que por el hecho de hablar en nombre de diez mil personas, ser dos o quince, o ser especialistas, o gozar de prestigio. Tales circunstancias pueden presentar ventajas, pero no son determinantes. En una vieja película, *Doce hombres sin piedad*, se veía —algo que también hemos mostrado en una experiencia de laboratorio— cómo un individuo que está persuadido de lo justo de una causa y se comporta en consecuencia, puede hacer que la convicción de un jurado de audiencia dé un vuelco de 180 grados.

Pero, a fin de volver más concreto lo que acabo de decir, escogeré un ejemplo que les es más familiar. En su admirable libro, *Die Schweige Spirale* (La espiral del silencio) que, como toda obra de ese tipo, supone la presión a la conformidad admitida por la psicología de las masas,

Elisabeth Noelle-Neumann observa que el clima de opinión se determina menos por el número que por el silencio y la palabra. Según el modelo que propuse, la mayoría se inclina al silencio por miedo de desatar un conflicto, mientras que las minorías hablan, pues no pueden evitar el conflicto si quieren provocar un cambio de opinión en su favor. Sin embargo, es mucho más importante a este respecto la manera en que se habla o se calla. Hay silencios elocuentes y palabras que no quieren decir nada, y hay declaraciones que niegan o afirman. Hemos observado en nuestros experimentos que un vuelco de opinión favorable a la minoría se produce menos por la calidad del juicio expresado que por su grado de extremismo y su consistencia.

Cuando un individuo o un grupo con intenciones de ejercer una influencia satisface exactamente estos requisitos —ya se trate del ficticio coronel Nicholson o de un grupo real, como el partido comunista francés— entonces el público, compuesto de partidarios o de adversarios, está dividido entre la admiración y la repulsión, y no sabe cómo juzgar el comportamiento del individuo o del grupo. No sabe si debe reverenciar al individuo o al grupo como si fuera un héroe, o despreciarlo como un irresponsable. Se pregunta si no sería mejor que el individuo o el grupo desaparezcan, aun a riesgo de convertirse en mártir. El comportamiento terco de un individuo o de un grupo puede, en ese caso, parecerle al público totalmente absurdo. Y sin embargo, el mismo público puede estar fascinado por él y ser influido, sin saberlo, por esa minoría consistente y resuelta. Tenemos que vérnoslas aquí con un enigma que aún no ha sido resuelto y que está estrechamente ligado a la naturaleza simbólica de nuestros comportamientos y de nuestras palabras, así como al significado que tienen en nuestra cultura esos comportamientos y esas palabras. Ésta es la razón por la cual un individuo que se inclina hacia los extremos parece más sincero, un individuo que rechaza los compromisos ordinarios más valientes, un individuo que repite los mismos argumentos más convencido y comprometido. Semejante individuo tiene seguidores pues su obstinación hace de él un ejemplo digno de imitación.

A partir de esas reflexiones, hemos desarrollado todo un haz de hipótesis y realizado experimentos con una finalidad precisa. Hemos podido mostrar que, en efecto, la capacidad de desencadenar el conflicto y el estilo de comportamiento (consistencia, extremismo, etcétera) explica una parte esencial de la influencia social. En cambio, los factores del número y de la jerarquía desempeñan un papel subordinado en el caso de las minorías. Aun cuando la mayoría les niega toda competencia, las minorías pueden actuar de manera persuasiva siempre que defiendan resueltamente su punto de vista. Ante el asombro general, unos investigadores han mostrado que la presión a la conformidad en el seno de un grupo no disminuye las perspectivas de que un individuo desviante cambie la opinión de la mayoría. Por el contrario, estas perspectivas aumentan. La influencia del desviante sobre el grupo es tanto mayor cuanto que aumenta la presión a la conformidad. Si este resultado llega a confirmarse, resultaría que una socie-

dad cerrada no sólo no puede inmunizar a sus miembros contra la influencia de las minorías, sino que los vuelve más vulnerables a tales efectos por la presión a la conformidad que ejerce. Toda una serie de investigaciones abundan en el mismo sentido, cuando se simula una toma de decisión por un comité o un jurado. Todas muestran que cuando una minoría defiende resueltamente su posición, puede lograr que se establezca un consenso sobre dicha posición.

No es ninguna novedad para ustedes que la presencia de tal minoría sea necesaria para una sociedad original y creadora. Por una parte, muchos experimentos sobre los fenómenos de comunicación han confirmado la eficacia de los mensajes procedentes de minorías, en la medida en que éstas obedecían a las condiciones mencionadas de consistencia, etcétera. Varias investigaciones han mostrado que la imagen de una minoría, aun cuando es negativa, no constituye un obstáculo para una influencia significativa. Por otra parte, se ha vuelto evidente que si bien, hablando en términos generales, los individuos desviantes no gozan de mucha simpatía, suscitan sin embargo la admiración y son juzgados mejores que la mayoría conformista. Aquí surge, por cierto, un dilema: como no se puede tener ambas cosas al mismo tiempo, ¿hay que optar por la simpatía o por la estima? Todos los que han asumido el riesgo de desagradar para imponer un punto de vista que les parecía justo o equitativo, han escogido y escogen con conocimiento de causa; podemos evocar aquí a Catón, a Galileo y, en general, a los autores de inventos revolucionarios. Todas estas investigaciones —de las que sólo menciono unas cuantas— esclarecen de un modo nuevo el mecanismo de la influencia, abren una perspectiva que debería responder mejor a la sana razón humana y a la práctica. Dichas investigaciones constituyen el fundamento de una psicología de las minorías activas que aún no ha alcanzado la madurez. Pero, ciertamente, rompen definitivamente con la imagen superada del hombre, animal conformista.

III

Los verdaderos "hidden persuaders"

Habremos de reconocer que la idea de influencia siempre nos hace pensar en la hipnosis, por lo tanto en una acción que se ejerce sobre nosotros sin nuestra intervención. No nos sorprende que se hable a menudo de persuasión oculta y que los psicólogos traten de establecer las condiciones en las cuales unas imágenes o unos mensajes que no son percibidos por los individuos ejercen, sin embargo, una influencia sobre la formación de su juicio. Hemos incluso escuchado a especialistas de la publicidad afirmar que unos lemas o unas imágenes publicitarias proyectadas tan brevemente en la pantalla de cine o de televisión que el espectador no los advierte,

incrementan la venta. La crítica penetrante de las diversas investigaciones realizadas sobre la "percepción subliminal" llegó a la sabia conclusión de que no existe tal influencia oculta. Sin la menor idea preconcebida y por caminos distintos, me vi obligado a poner en tela de juicio esta conclusión en la que creía como todo el mundo. Conforme progresaba mi trabajo, se imponía la convicción: sí, hay *hidden persuaders*, hay una persuasión oculta: la de las minorías activas. No porque su actividad sea oculta, sino porque actúa sobre nosotros sin que nos demos cuenta.

Para comprender mejor este estado de cosas, propongo partir de dos efectos opuestos que han sido observados en varias investigaciones. En primer lugar, se observa que las personas que han sido influidas en situación pública, en presencia de una mayoría, se inclinan, en situación privada, a volver a su opinión primitiva. En presencia de una minoría, las personas que han sido influidas en situación pública conservan su opinión. Esto quiere decir que las personas que en la primera situación parecían no haber sido influidas, en la segunda situación lo fueron efectivamente. Al parecer, pues, el sujeto cede exteriormente a la presión de la mayoría, pero le resiste en su fuero interno. En cambio, el sujeto resiste a la presión exterior de una minoría, pero le cede interiormente. En definitiva, la sumisión exterior a la minoría se acompaña igualmente de una sumisión interna.

En segundo lugar, se observa una especie de desfase. Las mayorías tienden a ejercer una influencia directamente ligada a sus mensajes. En cambio la influencia de las minorías se ejerce sobre las opiniones asociadas con el mensaje pero no directamente contenidas en él. Cuando, por ejemplo, el mensaje emitido por la mayoría implica un cambio de actitud respecto al servicio militar, surtirá un efecto sobre la actitud del público respecto al servicio militar. El mismo mensaje procedente de la minoría modificará las actitudes para con la guerra, el Estado, pero muy poco la actitud respecto al propio servicio militar. Tenemos que distinguir, pues, entre los efectos inmediatos y los efectos mediatos. Los dos resultados de las observaciones llevan a la conclusión de que las minorías ejercen una influencia indirecta, oculta, las más de las veces inadvertida. Ciertamente estas observaciones han sido explicadas en un contexto circunscrito por unas hipótesis. Pero creo que es mejor dejar simplemente que hablen los hechos. Tales hechos establecidos en el laboratorio tienen sus límites pero son interesantes porque permiten comprender, en condiciones simplificadas, fenómenos que permanecen a menudo invisibles en la realidad compleja. Quisiera concretar esto por medio de tres ejemplos, tratando de que mi descripción sea lo más accesible posible.

El primer ejemplo proviene de una serie de investigaciones realizadas en Suiza sobre el efecto de las comunicaciones. Se medía la actitud de las personas antes y después de su recepción de un mensaje a fin de captar la amplitud del cambio de actitud. Los mensajes se referían a problemas de medio ambiente y simulaban una campaña de opinión sobre ese tema. Como se lo figuran ustedes, en ciertas condiciones el mensaje era atribuido

a una mayoría y, en otras, a una minoría más o menos extremista. Un resultado se manifestó con gran regularidad: mientras más extrema o rígida es una minoría, menos influencia ejerce sobre las opiniones directamente expresadas en el mensaje; pero también ejerce tanto mayor influencia sobre las opiniones asociadas con el mensaje. Dicho en otros términos: aun cuando la influencia directa es insignificante, la influencia indirecta es considerable.

Se reconoce, además, que el efecto de la mayoría sobre las actitudes directamente expresadas en el mensaje es positivo; en cambio, es negativo sobre las actitudes que no están directamente expresadas en el mismo.

En el caso de las minorías, se tiene la impresión de un efecto de bumerán sutil o de un efecto de desfase manifiesto. La minoría clava muy fuerte su clavo en el muro de la opinión; pero el clavo penetra sesgado y produce fisuras precisamente en el lugar donde no se esperaba que lo hiciera. También podría decirse que la gente rechaza sin duda el mensaje, pues no está de acuerdo con la actitud preconizada, pero el mensaje influye en ella en campos vecinos. En nuestro caso, pudimos observar la reserva para con un proyecto procedente de un movimiento ecologista extremista. Esto, sin embargo, no impidió que la gente adoptara posteriormente la idea de que los individuos deberían asumir cierta responsabilidad en este campo de la vida, que la industria no hace todo lo que puede por evitar la contaminación, etcétera.

El segundo ejemplo hace intervenir una comparación directa entre la influencia mayoritaria y la influencia minoritaria. Todos ustedes conocen el fenómeno de criptomnesia social: el sujeto olvida que la idea o la frase que enuncia no es de él, y que la oyó pronunciar en alguna parte por otra persona. Esta especie de plagio involuntario se observa con mucha frecuencia. Durante la segunda guerra mundial, unos investigadores norteamericanos descubrieron que este fenómeno ocurre en la propia comunicación. Con la denominación de *sleeping effect*, establecieron que un mensaje que, en el momento de su emisión, no tiene ningún efecto, puede actuar con un retraso temporal, por ejemplo dos semanas o incluso dos meses después de la emisión. En esa ocasión, la gente olvida la fuente y el hecho de que le desagradó. Sólo recuerdan el contenido y modifican su opinión en ese sentido. Hemos llevado a cabo una experiencia análoga, en la que unos sujetos recibían un mensaje de contenido ecológico. Se medían los cambios de opinión después de un intervalo de tres a cuatro semanas. La finalidad era averiguar lo que los sujetos habían retenido. A diferencia de los investigadores estadounidenses, atribuimos el mensaje una vez a una mayoría y luego a una minoría flexible o rígida. El estilo "flexible" representa un mensaje que se proponía a los sujetos en los siguientes términos: "Obligemos a la industria a construir automóviles provistos de filtros anticontaminantes para los gases de escape". En el estilo rígido, el mensaje se volvía: "Cerremos las fábricas que no se ajustan a los reglamentos".

Los resultados confirman lo que ustedes ya saben. Sin embargo, no dejan de sorprendernos hasta la fecha. En efecto, pudimos establecer que, a las tres semanas de haber recibido el mensaje de la mayoría, los sujetos habían cambiado de opinión en el sentido de dicho mensaje. Se alejaban de ese mensaje volviendo a su punto de vista individual primitivo en lo referente a las actitudes indirectas y asociativamente ligadas al mensaje. Aun si la minoría tenía un efecto análogo sobre las opiniones explícitamente enunciadas, sólo el mensaje minoritario rígido, sin embargo, producía un verdadero *sleeper effect*, o sea un cambio de opinión retrasado. El fenómeno de desfase también se observa en este caso. No se hace ninguna concesión a un mensaje porque se sabe que emana de un grupo desviante y, sin embargo, el mensaje deja una huella que es tanto más profunda cuanto más extremo es. Se trata aquí de una conversión en el plano social que se desarrolla de manera análoga a la conversión en el plano psíquico, en que los síntomas psíquicos se transforman en síntomas somáticos.

En todo caso, lo que nos sorprende aún más es lo siguiente: si se invita a los sujetos a recordar la fuente y el contenido del mensaje, se obtiene una respuesta que es un enigma psicológico. Los sujetos recuerdan relativamente mal el nombre y el contenido cuando la fuente del mensaje es una mayoría. En cambio, los recuerdan relativamente bien cuando la fuente es una minoría. He aquí algunas cifras para sustentar este resultado. En el primer caso, una de cada tres personas identifica correctamente la fuente; en el segundo, dos de cada tres.

Tales conocimientos podrían eventualmente proporcionar un nuevo enfoque de la recepción de las informaciones propagadas por los medios masivos de comunicación, tema expuesto aquí mismo por Elihu Katz. Sugiero que las informaciones que emanan de una "autoridad" o de la "mayoría" son menos bien retenidas y reconocidas. Dicho de otro modo, esas informaciones desencadenan en el auditor una menor actividad intelectual, debido no al contenido sino a la procedencia de las informaciones. Nuestros análisis siempre deben acompañarse de restricciones y de correcciones, pues los datos sobre los cuales trabajamos en las ciencias sociales adolecen de la misma precariedad que los utilizados en medicina, en meteorología, etcétera. Lo que consideramos como cierto hoy día ya no será, quizá, sino una verdad a medias mañana. Aun si han de tomarse en cuenta tales restricciones y correcciones, creo sin embargo tener buenas razones en considerar como algo seguro el hecho de que las minorías modifican nuestras ideas y nuestros comportamientos indirectamente y por medios desviados, o sea precisamente allí donde no tenían la intención de hacerlo y cuando no tenemos la libertad de elegir. Si bien el movimiento estudiantil o el movimiento feminista no lograron convencernos y atraer a la mayor parte de la nación hacia el camino de la revolución, modificaron sin embargo profundamente la imagen del mundo, el comportamiento, las relaciones entre estudiantes y profesores, las relaciones entre los sexos, etcétera. Ciertamente, no se votó por ellos, pero se adoptó su opinión y precisamente en puntos que no les parecían esenciales.

La suposición de efectos inmediatos y la ilusión de estabilidad nos impiden a menudo observar las ondas de influencia dentro de la sociedad. Cuando indagamos acerca de las intenciones de voto o la pertenencia de las personas a una religión, registramos hoy en día aproximadamente la misma proporción de socialistas, de conservadores y de católicos que hace treinta años. Pero basta con preguntar a los católicos o a los conservadores lo que creen o preconizan, y se comprobará que es precisamente lo que se tenía antes por herejía o anatema: la legislación social, el control de los nacimientos, el matrimonio de los curas, etcétera. Se conserva la etiqueta que ahora sin embargo recubre un contenido muy diferente, una opinión que se modificó por completo bajo el efecto de influencias heterodoxas y discretas.

Todas esas investigaciones nos proporcionan indicaciones alentadoras. De ello no resulta, sin embargo, que los individuos estén sometidos a una influencia inconsciente y oculta. Para poder demostrar tal influencia hay que abandonar el plano de la comunicación verbal y provocar cambios no verbales, o sea de naturaleza perceptiva. Sin querer abusar de vuestra paciencia, me gustaría presentarles como tercer y último ejemplo otro experimento que me parece convincente.

En un antiguo tratado sobre el magnetismo animal, los dos psicólogos franceses Binet y Fére trataron de provocar por medio de colores alucinados las mismas reacciones de comportamiento que por medio de colores reales. Mostraron a unos sujetos hipnotizados una hoja de papel blanco y les sugirieron que era roja. Una vez fijados los sujetos en el rojo sugerido, se les mostró una segunda hoja de papel blanco preguntándoles qué es lo que veían. Todos respondieron que veían verde la segunda hoja blanca. Para poder comprender el significado de este experimento, hay que recordar que cuando se contempla una mancha de color rojo o azul durante cierto tiempo y luego se fija una superficie incolora, ésta no se ve blanca sino del color complementario del tono visto anteriormente, por lo tanto verde o amarillo. Esto es lo que se llama una *after-image* cromática. Binet y Fére observaron también que, bajo hipnosis, los colores alucinados producen *after-images* cromáticas como si se tratara de verdaderos colores.

A partir de esta observación, puesta en tela de juicio por muchos investigadores, concebimos un experimento —naturalmente sin hipnosis— que corresponde a nuestro problema. En un laboratorio se muestra a los sujetos una serie de diapositivas azules. Un cómplice del experimentador, que representa, según los casos, una minoría o una mayoría, afirma consistentemente que las diapositivas son verdes. Cada vez que los sujetos han visto una diapositiva azul, han escuchado el juicio del cómplice sobre el color y han declarado ellos mismos si la diapositiva es verde o azul, se les invita a indicar en una escala de colores el tono que corresponde al que han visto en la pantalla. Ya sabemos que el color visto inmediatamente después de la estimulación por un color es el complementario de éste. En nuestro caso, sería o bien el amarillo-anaranjado, color complementario del azul, o bien el rojo-violeta, color complementario del verde. Si los sujetos

hubieran sido influidos solamente en el nivel verbal y consciente, y no en el nivel perceptivo e inconsciente, el color indicado por ellos en la escala debería aproximarse al amarillo, dado que el estímulo es azul. Si, en cambio, tuvo lugar una influencia inconsciente y perceptiva, el color complementario indicado debería ser cercano al rojo, porque los sujetos escucharon la palabra "verde". Cualquier experimento puede ser objetable y ninguno arroja resultados incontestables. El experimento referido aquí no constituye ninguna excepción. Sin embargo, tuvimos la suerte de ver confirmada nuestra hipótesis según la cual la influencia ejercida por una minoría consistente modifica la percepción de los colores por parte de un individuo sin que éste se dé cuenta, mientras que la influencia ejercida por una mayoría consistente no produce sistemáticamente el mismo efecto. Además, resulta que la influencia es mayor cuando la fuente de influencia está ausente que cuando está presente. Como ven ustedes, es posible producir en individuos despiertos los mismos efectos demostrados por Binet y Féré en sujetos en estado de sonambulismo hipnótico, por lo tanto dejando fuera a la conciencia.

Una persona expuesta a la influencia de una minoría que pretende que una diapositiva azul es verde, se pone poco a poco a ver una imagen verde pero sigue llamándola azul. Sin embargo, este efecto no se producirá forzosamente cuando la influencia emana de una mayoría. Un investigador canadiense demostró además que —de acuerdo con nuestra hipótesis— el sujeto modifica aún más su percepción de los colores cuando sospecha que se le quiere influir. Dicho de otro modo, la afirmación que previene contra las intenciones de la minoría de "manipular" la opinión no dificulta la tarea de la minoría sino que, por el contrario, la facilita aún más.

No me detendré más tiempo en los aspectos técnicos de este experimento y el reto que representa para las teorías ordinarias de la percepción. Creo haber dicho lo suficiente para que parezca muy verosímil la existencia de esos cambios de percepciones obtenidos por sugestión de otra persona, cambios que tienen lugar de manera latente y a los cuales no podemos sustraernos, como tampoco sabemos cuándo y cómo se producen. Sin duda podemos resistirnos a ellos, repetir nuestros antiguos juicios y tenerlos por ciertos —al igual que nuestros sujetos empleaban la palabra "azul"—, pero en nuestro cerebro se desarrolla sin saberlo nosotros un programa desencadenado en otra parte que cambia el significado de la palabra "azul" y el de lo que vemos.

Éste es, pues, el pequeño muestrario de pruebas destinadas a evidenciar la posibilidad de una influencia oculta y difícil de prevenir. Esta influencia emana primero, pero no exclusivamente, de las minorías —quíéranlo o no, son unos *hidden persuaders*. Ésta es su fuerza pero también su debilidad. Si me preguntaran ustedes cuál es la conclusión práctica que saco de esta observación, respondería: cuando el mensaje de una mayoría no produce efectos visibles tampoco tiene probablemente efectos invisibles. Pero, tratándose de una minoría, la ausencia de efectos visibles señala en la mayoría de los casos la existencia de efectos invisibles.

Observaciones finales

No tengo evidentemente la intención de exponer hoy de manera exhaustiva mi tema y todos los hechos de que disponemos en este campo. Pero si el modelo teórico esbozado ha de confirmarse en lo futuro, nos permitirá explicar lo que todavía nos parece asombroso, esto es, que las minorías actúan, por así decirlo, por incubación social de su lenguaje y de sus comportamientos, una incubación que se puede comparar con la de un virus en el organismo o de una idea en la cabeza de un investigador. En una primera fase, pueden —como lo sugieren nuestros experimentos— romper la resistencia habitual a la persuasión y modificar nuestras actitudes, nuestras concepciones de manera indirecta, discreta y rodeando nuestra conciencia. Los mensajes desviantes —que pueden ser consistentes o extremistas— circulan durante cierto tiempo y se propagan en el cuerpo social aparentemente sin que nada se modifique o sin que se observe cambio alguno. Así, los sujetos en nuestros experimentos siguieron llamando “azul” a una diapositiva que habían comenzado a ver “verde”. Cuando se les hizo notar esto, protestaron porque no sabían lo que actuaba en ellos y sobre ellos. Según la teoría, en la segunda fase cada individuo se percataría de sus nuevas actitudes y percepciones y se expresaría en la esfera privada de manera desviante, sin saber que los demás individuos han sido sometidos a la misma presión y han seguido una evolución semejante. De este modo, cada quien conserva los modos de comportamiento anteriores, respondiendo a las normas tradicionales, como si nada. Por ejemplo, en una aldea donde empieza a difundirse el juego de naipes, cada quien se pone a jugar en casa, aunque todos juzgan el juego infame e incompatible con los valores morales. Es la fase de la *ignorancia pluralista*. El saber individual del cambio producido se acompaña del no saber social del cambio.

Los efectos de la influencia oculta no se manifiestan para todos sino cuando termina la fase de incubación. Entonces salen bruscamente a la superficie las ideas y los modos de comportamiento nuevos, a una velocidad que sorprende a todo el mundo, hombres de Estado, público y científicos. Nada los anunciaba, nadie los había visto venir. Piénsese, por ejemplo, en el brusco surgimiento del movimiento estudiantil en mayo de 1968. Al parecer, Francia se aburría, y nada sucedía. Recuerden también el desconcierto de los hombres políticos franceses, comenzando por De Gaulle. La tercera fase del proceso de influencia es, pues, la de la expansión súbita y de la difusión rápida de opiniones hasta entonces minoritarias en todas las corrientes de la sociedad. El proceso de influencia pasa prácticamente de un día para otro del estado latente al estado manifiesto.

Esto revela un límite de los medios masivos de comunicación. Por razones teóricas evidentes, los medios masivos de comunicación no pueden impedir ni la incubación ni la circulación de actitudes y de comportamientos heterodoxos. ¡Los grandes medios masivos de comunicación se expresan en nombre de la mayoría silenciosa o de la autoridad! Producen

principalmente la sumisión, engendran un consentimiento exterior sin ninguna convicción interior. Pero normalmente no alcanzan el nivel en que actúan las influencias ocultas, incluso inconscientes. Por no poder prevenir, como se dice en lenguaje médico, o sea por no poder actuar de antemano, los medios masivos de comunicación tratan de embotar y de dominar *a posteriori* las tendencias desviantes, e incluso de volverlas triviales, sacándolas de la esfera de la minoría para integrarlas en la esfera de la mayoría. En francés, esto se llama *récupération*, eliminación por revalorización.

Aquí se pone también de manifiesto el efecto perverso —esta expresión está muy de moda— de los medios masivos de comunicación: obtienen el resultado contrario al que se proponían. Debido a que los medios masivos de comunicación dedican mucho espacio a todo lo que es nuevo y desviante, legitiman sucesivamente a todas las minorías y no dejan ni siquiera que se establezca una ignorancia pluralista. Permiten que mucha gente reconozca muy pronto que no es la única en tener tal preferencia o tal aversión. De este modo, los medios masivos de comunicación acortan el tiempo de incubación y aceleran la aparición de la opinión o del comportamiento incubado. Así, las minorías más diversas pueden aliarse entre sí y reconocer, en un tiempo récord y con una amplitud desconocida hasta entonces, que han formado en cierto modo una mayoría dentro de un país. Tuve la oportunidad de observar este fenómeno cuando nacieron los movimientos ecologistas y antiatomistas en Francia.

El hecho de que exista tal efecto y que posea el significado que le reconocemos, y también que el fenómeno de “recuperación” haya sido discutido con tanta frecuencia durante los últimos años, atestigua el paso de una época en que predominaban los problemas planteados por la psicología (y la sociología) de las masas a una época en que los problemas de la psicología (y también, esperémoslo, de la sociología) de las minorías activas ocupan el primer plano. Por mi parte, creo que este paso, más que los descubrimientos técnicos, es lo que ha llevado tanto a la metamorfosis de nuestras formas de comunicación como a una creatividad que los últimos cien años no dejaban presentir. Pero como no quisiera dejar la ciencia por la profecía, me detengo antes de aventurarme en tan riesgoso terreno. Me agradecería ahora pasar del monólogo al diálogo y someterme a vuestras preguntas.