



Universitat
de les Illes Balears

TESIS DOCTORAL
2017

**ESFERA PÚBLICA Y SOCIEDAD EN RED:
EL NUEVO SUJETO POLÍTICO**

Pedro Macías Rodríguez



Universitat
de les Illes Balears

TESIS DOCTORAL
2017

**Programa de Doctorado en Cognición y Evolución
Humana**

**ESFERA PÚBLICA Y SOCIEDAD EN RED:
EL NUEVO SUJETO POLÍTICO**

Pedro Macías Rodríguez

Director: Dr. Joaquín Valdivielso Navarro

Doctor por la Universitat de les Illes Balears

A mis padres, Francisca y Juan

«La causa del origen de una cosa y su eventual utilidad, su uso real y su lugar en un sistema de intenciones, son mundos diferentes; todo lo que existe, habiendo cobrado existencia de cualquier manera, se puede reinterpretar una y otra vez de acuerdo con nuevas finalidades, adoptado, transformado y redirigido por algún poder superior».

Friedrich Nietzsche, *La genealogía de la moral*, 1887

RESUMEN

La investigación discute sobre los cambios culturales, económicos y políticos que se están dando en el seno de la sociedad en red. Especialmente se analizan las transformaciones de la esfera pública y cómo internet ha cambiado los modos de deliberación política.

El marco teórico se respalda en la teoría de la acción comunicativa y de la democracia deliberativa de Jürgen Habermas. También recurre a la teoría de Manuel Castells sobre la sociedad en red, así como a diversas ideas de autores relacionados con la teoría crítica de la economía política.

Entre las principales aportaciones figura la redefinición de los conceptos de «esfera pública» y de «sociedad civil». Las definiciones se basan, a la vez, en tres nuevos conceptos o realidades que se proponen en el trabajo: el *homo media*, un nuevo tipo de sujeto cultural; el *ciberneoliberalismo*, una nueva concepción económica que va más allá que el neoliberalismo; y el nacimiento de un nuevo sujeto político, que constituye un nuevo tipo de público.

Finalmente se describen las oportunidades y los riesgos de internet. Por un lado, la red puede contribuir a mejorar la calidad de la democracia y al desarrollo de un nuevo tipo de identidad política ciudadana, que permitiría generar y expandir una esfera pública global. Por otro, puede ayudar a incrementar el control sobre la ciudadanía por parte de los gobiernos y promover el individualismo. Por este motivo, se demanda una mayor promoción de las culturas política y cívica entre la ciudadanía.

RESUM

La investigació analitza els canvis culturals, econòmics i polítics que s'estan desenvolupant en la societat en xarxa. S'hi reflexiona, especialment, sobre les transformacions de l'esfera pública i com internet ha canviat els modes de deliberació política.

El marc teòric té com a referent la teoria de l'acció comunicativa i de la democràcia deliberativa de Jürgen Habermas. El treball també acudeix a la teoria de Manuel Castells sobre la societat en xarxa, així com a diverses idees d'autors relacionats amb la teoria crítica de l'economia política.

A través de la discussió se suggereixen noves definicions dels termes «esfera pública» i «societat civil». Les noves definicions es basen, a la vegada, en tres nous conceptes o realitats que s'hi proposen: l'*homo media*, un nou tipus de subjecte cultural; el *cyberneoliberalisme*, una nova concepció econòmica que va més enllà del neoliberalisme; i la irrupció d'un nou subjecte polític, que constitueix un nou tipus de públic.

Finalment, s'alerta sobre les oportunitats i els riscos que comporta internet. La xarxa pot contribuir a millorar la qualitat de la democràcia i al desenvolupament d'un nou tipus d'identitat política ciutadana, la qual permetria generar i expandir una esfera pública global. No obstant, també pot ajudar a incrementar el control sobre la ciutadania per part dels governs i promoure l'individualisme. Per això es reivindica la necessitat de promoure amb més força les cultures política i cívica entre la ciutadania.

ABSTRACT

The research is about the cultural, economic and political transformations which are happening as a consequence of the development of the networked society. In particular, it discusses the changes in the public sphere and how the internet has transformed political deliberation.

The theoretical framework is focused on Jürgen Habermas' Theory of Communicative Action and Deliberative Democracy. Also we appeal to Manuel Castells' theory about the networked society, as well as to several ideas from different authors about critical theory of political economy.

We conclude that the public sphere has to be redefined to fit the requirements of the networked society. In fact, a new definition of the civil society is suggested. The terms «public sphere» and «civil society» are based on three new concepts or realities: the *homo media*, a new kind of cultural subject; the *cyberneoliberalism*, a new economic conception that goes beyond neoliberalism; and the birth of a new political subject, who constitutes a new type of public.

Finally, we warn about the opportunities and risks of the internet. In our view the internet can help to enhance democracy and contribute to creating a new type of citizen identity which allows to generate and expand a global public sphere; but on the other hand, it can increase control over citizens by governments and promote individualism. That is why we suggest that the political and civic cultures should be promoted among citizens.

ÍNDICE

Agradecimientos.....	19
INTRODUCCIÓN.....	23
I. Motivación.....	23
II. Estado de la cuestión: ciberpesimismo y ciberoptimismo.....	26
III. Marco teórico y método.....	33
IV. Objetivos e hipótesis.....	39
V. Estructura.....	41
1. ESFERA PÚBLICA Y DELIBERACIÓN.....	47
1.1. Introducción.....	47
1.2. El concepto de esfera pública en Arendt.....	48
1.2.1. Labor, trabajo y acción.....	49
1.2.2. La esfera pública griega.....	50
1.2.3. Crítica a la sociedad moderna.....	51
1.3. La esfera pública habermasiana.....	54
1.3.1. El concepto de poder para Habermas a partir de las ideas de Arendt.....	54
1.3.2. La legitimación del poder en la esfera pública habermasiana.....	59
1.3.3. Paralelismos y diferencias con la publicidad kantiana, marxista y liberal.....	66
1.3.4. El cambio estructural y la decadencia de la esfera pública.....	68
1.4. Hacia la reconstrucción deliberativa del concepto de esfera pública.....	73
1.4.1. Un tercer modelo democrático a partir del liberalismo y el republicanismo.....	77
1.4.2. Teoría del discurso, racionalidad y moralidad.....	79
1.4.3. El procedimiento ideal de deliberación política.....	82
1.4.4. Democracia inclusiva.....	87
1.4.5. Posibilidad de una política interior mundial.....	89
1.5. Sociedad civil, comunicación y público.....	90
1.6. Propuesta de esfera pública para una sociedad democrática.....	94
1.6.1. Capacidad de establecer agenda y de control.....	95

1.6.2. La sociedad civil, lugar desde el que parte la deliberación.....	96
1.6.3. Inclusión de diversos públicos.....	97
1.6.4. Influencia de las relaciones personales y de la economía.....	103
1.6.5. La necesaria existencia del conflicto, antes y después de la deliberación.....	105
1.6.6. Definición normativa de esfera pública.....	111

2. DEL NACIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN A LA COMUNICACIÓN DE MASAS.....117

2.1. Introducción.....117

2.2. Información, comunicación humana y comunicación social.....118

2.2.1. Competencia de la comunicación..... 118

2.2.2. Información fuera de la comunicación..... 119

2.2.3. Comunicación..... 120

2.2.4. Comunicación humana..... 122

2.2.5. Comunicación social..... 125

2.3. Medios de difusión social.....127

2.3.1. Breve historia de los medios de difusión social..... 128

2.3.2. Diferencias entre medio de comunicación y medio de difusión social..... 130

2.3.3. Comunicación social y discurso de masas..... 134

2.4. Discurso mediático y derecho a la libertad de información.....137

2.4.1. La tendencia a un discurso y propiedad únicos en las instituciones mediáticas..... 138

2.4.2. La información pública como derecho fundamental..... 155

3. HOMO MEDIA.....165

3.1. Introducción.....165

3.2. Desarrollo y configuración actual de internet.....166

3.2.1. Estandarización de las primeras redes digitales..... 166

3.2.2. La web como elemento unificador..... 169

3.2.3. Definición de internet..... 170

3.3. La formación de la sociedad en red.....173

3.3.1. El fin de la sociedad de la información..... 174

3.3.2. Sociedad estructurada en red..... 175

3.3.3. La red social, nuevo medio de comunicación.....	181
3.4. El sujeto es el mensaje.....	190
3.5. La lógica económica de la red: <i>ciberneoliberalismo económico</i>.....	193
3.6. Cultura del <i>homo media</i>.....	201
3.7. La ciudadanía-público en la sociedad en red.....	207
3.7.1. Deliberación política y ciudadanía.....	208
3.7.2. La deliberación política en internet.....	212
3.7.3. La transformación de la sociedad civil: las agrupaciones que surgen de la red.....	222
3.7.4. El <i>momento público</i>	230
 CONCLUSIONES: INTERNET Y EL NUEVO SUJETO POLÍTICO.....	233
 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	253
 ANEXO.....	269

AGRADECIMIENTOS

El primer agradecimiento, sincero y profundo, es para el director del trabajo, el doctor Joaquín Valdivielso, por orientarme con paciencia y comprensión, proporcionarme la confianza y autonomía necesarias, y sugerirme modificaciones que han sido fundamentales para que la investigación fuera una realidad. Le debo agradecer especialmente la meticulosidad con la que ha realizado las diversas correcciones de los capítulos y de varios borradores íntegros, así como los ánimos transmitidos.

Les doy las gracias a los doctores Javier Mato y Arturo Cadenas, del Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez-Universidad Pontificia Comillas, y a la doctora Mertixell Esquiroll, de la Universitat Oberta de Catalunya, que siempre han estado atentos a la evolución del proyecto, que me han ofrecido importantes consejos, y que me han abierto los ojos ante cuestiones que tenía justo delante y que no acababa de ver. Muchas gracias a la doctora Carme Morell, gran filóloga y tremenda persona, por ayudarme a encontrar la palabra precisa en el momento adecuado. Gracias también al doctor Víctor Navarro y al profesor Francisco Cañellas por su sentido del humor y su apoyo. Al profesor Cañellas le debo agradecer su ayuda por orientarme con cuestiones referidas al derecho de la información y, dicho sea de paso, su sano escepticismo. Gracias al doctor Carles Pont, de la Universitat Pompeu Fabra, por su entusiasmo y sus comentarios, esenciales para entender hacia dónde me dirigía.

Muy importante ha sido el ánimo y la inspiración que he encontrado en los doctores Miquel Comas, Tomeu Sales y otros doctores, profesores y alumnos asistentes al Seminari d'Anàlisi Política i Social de la Universitat de les Illes Balears. Del mismo modo, debo agradecer al doctor Enric Munar su interés durante el proceso, y a todos los profesores del Máster en Cognición y Evolución Humana, de los que aprendí cuestiones que me han sido de gran utilidad durante la elaboración del trabajo.

Gracias a la dirección, al personal docente e investigador y al personal de administración y servicios del Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez-Universidad Pontificia Comillas, especialmente a Julia Violero, María Canel, Maria Antònia Puigròs, Ignacio Bergillos, Jaime Vázquez, Paloma Llabata, Ana Core, Maria Magdalena Cortès, Nuria Barahona, Irina Capriles, Caty Ribas, Catalina Calafat, Lluís Segura, Carmen Piña y Nani Domènech.

Gracias también a los alumnos, a los de antes y a los de ahora, porque su curiosidad y su compromiso son los motivos por los que muevo los remos. Es un privilegio poder dialogar con ellos a diario.

En el apartado más personal, agradezco a mis padres, Francisca y Juan el haberme hecho apreciar la valía del esfuerzo y de la educación, y sobre todo por su amor incondicional, demostrado durante todos los días que hemos podido estar juntos. Siempre me han hecho sentir el hijo más afortunado. De mi padre he aprendido que la temida ausencia nunca es total y que puede transformarse en un reconfortante recuerdo. De mi madre, seguiré admirando su inteligencia y su tolerancia. También doy las gracias a mis hermanos Juan, Xisco y María, a mi cuñado Deme, y a mis sobrinos María José, Juan Antonio y Borja. Doy las gracias a mi otra familia, Marta y Marina, y a y a mis ahijados, Martina y Aitor, que siempre están más cerca que lejos. Y a Toni, porque quien se presenta en tu casa para cocinar pollo al curry y meter cervezas en la nevera mientras tecleas hasta medianoche, también tiene que considerarse de la familia.

Gracias Dolores Lobillo, por regalarme, doce años atrás, mi primer libro de Manuel Castells. Gracias hermanos Solera, Victoria, Xisco y Tolo, porque mi cabeza no da para según qué abstracciones y posiblemente todavía estaría intentando desarrollar cierta fórmula matemática. Gracias a Marcin, futuro doctor y eminencia, por cogerme por los hombros y agitarme. Gracias Javier Siquier, por los cafés y las conversaciones a media mañana. Gracias Verónica Moreno por las cañas y las revisiones. Gracias Joan Porcel (*quid pro quo*). Gracias Jaume Mas, por la energía insuflada. Gracias Joan Ramón, por ayudarme a conocerme.

Gracias a los que me habéis pedido que os cuente de qué iba esto o no habéis tenido más remedio que escucharlo: Pilar, Ana Eva, Florent, Alex, Vicent, Marga, Cristina, Rafa, Juan Carlos, Cati, Xesc, Sara Gómez, Carmen García, Irene, Sara Monge, Carmen Soto, Carlos, Ana, Manolo, Juan Morilla, Xerach, Enric, Pep... Gracias al resto de amigos, con los que durante estos últimos seis años he compartido historias, mesas, paseos, conciertos, viajes y canciones.

También quiero dedicar un agradecimiento especial para mis maestros de primaria del Colegio Público Miquel Porcel y profesores de secundaria y bachiller del Instituto Juníper Serra: a Carmen, Cati, Xisca, Maribel, Joana, Teresa, Miquel Àngel, Maria, Ramón y

Francina, especialmente. Gracias por hacer milagros con los niños, niñas y jóvenes del extrarradio, por querernos y respetarnos tanto.

Gracias a Verdi, el gato que ha convivido y compartido conmigo tardes y noches de pantalla y ratón. Gracias a la música y al deporte, que me han mantenido consciente, y tranquilo.

Para acabar, gracias a las personas que están comprometidas con la democracia, la justicia, los derechos humanos y la verdad. Hay mucho por hacer, por reivindicar y por defender. No hay que darse por vencido, y menos ahora.

Y gracias a ti, seas quien seas, por leer estas líneas.

INTRODUCCIÓN

I. Motivación

El presente trabajo discute cómo la relación que mantienen la comunicación social, internet y la política puede condicionar las formas que los sujetos tienen de participar en la construcción y el control de la democracia. Para ello se investigan las consecuencias que la revolución comunicacional propiciada por internet está teniendo sobre la sociedad civil, la esfera pública y el Estado.

Con anterioridad a la revolución comunicacional causada por la red digital, se han dado otras. Desde los albores de la humanidad, han sucedido una serie de cambios sustanciales en los modos de comunicación humana y social —ocasionados por la aparición del habla, de la escritura, de la imprenta, de los periódicos, del telégrafo, del teléfono, de la radio, y de la televisión— que han influido en el comportamiento de los sujetos, en su cultura, en su forma de desarrollar la economía y en sus modos de participar en política. De acuerdo con Denis McQuail, las revoluciones comunicacionales anteriores a la de hoy han sido motivo, al menos en parte, de la aparición y de la desaparición de distintas formas de organización social, es decir, de sociedades.¹

En cualquier caso, la irrupción y expansión mundial de internet, a partir de la última década del siglo XX, ha originado uno de los avances comunicacionales más importantes en la historia de la humanidad. Sin duda, estamos ante una convulsión que ha supuesto transformaciones profundas. Internet, como cualquier otro medio de comunicación, influye sobre el proceso de humanización. Como afirma Manuel Castells, en este caso el nuevo medio ha ocupado el centro de la organización social y está generando cambios rápidos y sustanciales en la cultura, la economía y la política. El mismo autor manifiesta que, debido a internet, hemos dejado atrás la sociedad de la información y nos hemos constituido en una sociedad en red.²

En una época como la actual, en la que el escenario social global es de cada vez más complejo, es necesario analizar hasta qué punto es importante el papel de internet en los

¹ McQuail, D., *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 2000.

² Castells, M., *La sociedad en red: una visión global*, Madrid, Alianza, 2006.

cambios sociales. Pero sobre todo, debido a mi desempeño profesional como periodista y como profesor e investigador universitario en el campo de la teoría de la comunicación social, me motiva saber en qué medida son relevantes las transformaciones que internet puede estar ocasionando en relación a aquello que ocupa la mayor parte de mi actividad periodística y docente: la descripción y reivindicación de los mecanismos comunicativos sociales que ayudan a sustentar los valores democráticos.

Tras casi dos siglos en los que ha habido un claro predominio de medios de masas como la prensa, la radio y la televisión, creo que en este preciso momento es pertinente analizar cómo está cambiando la comunicación social en su conjunto. Para empezar, hay que ver cómo los medios de comunicación tradicionales se están reubicando en un contexto nuevo y exigente, caracterizado, entre otras cosas por la sobreabundancia informativa y por la posibilidad que tiene la audiencia de ser participativa en el proceso de producción de la información.

Tenemos que fijarnos en que, desde la irrupción de internet, no ha desaparecido ningún tipo de medio de comunicación existente, sino que éstos han cambiado su forma y contenido. De hecho, los periódicos, la radio y la televisión acumulan más audiencia que nunca. Haciendo referencia a la teoría de la mediamorfosis de Roger Fidler, estamos viendo como internet ha hecho que los medios de comunicación anteriormente existentes no desaparezcan, sino que se metamorfoseen (mediamorfoseen) y se adapten al nuevo medio.³ Podemos comprobar que los medios de comunicación social evolucionan más o menos como lo hace el ser humano, a golpe de metamorfosis —aunque no casual, sino causal— y de adaptación al entorno.

Resultado de todo ello es que estamos en el momento de la historia en el que más información periodística, entretenimiento y publicidad se consume. Nunca los humanos habíamos leído y escrito tanto como a día de hoy, ni habíamos intercambiado tal cantidad de imágenes estáticas y en movimiento. Jamás habíamos recurrido en tal grado a la comunicación interpersonal, intragrupal e intergrupala. En definitiva, no ha habido otro período en el que se haya producido ni consumido tanta información, en todas sus variantes, ni se haya informado tanto. El fenómeno se debe a internet, porque es un medio que contribuye a multiplicar las formas de comunicación ya existentes, las expande y las transforma a través de la participación de los comunicantes. Las estadísticas evidencian

³ Fidler, R., *Mediamorfosis*, Barcelona, Granica SA-Adelphi, 1998.

que, en este momento, la aceptación social de internet es incuestionable y va en aumento —en España el 70% de los ciudadanos se conecta a diario a la red, según el Estudio General de Medios de mayo de 2016.⁴

Igual que ha pasado con cualquier otro medio de comunicación que existiese con anterioridad, parece que internet está siendo tenido muy en cuenta por el poder, entendiendo que el poder lo ostentan, como dice Zygmunt Bauman, «aquéllos que tienen capacidad para cambiar las cosas».⁵ A lo largo de la historia hemos visto como se ha acusado a los poderes políticos y económicos de realizar continuas injerencias sobre los medios de comunicación social con la intención de controlarlos o, directamente, apropiarse de ellos. La imprenta trajo consigo el establecimiento de privilegios reales y la censura previa por parte de las monarquías europeas; las emisoras de radio y de televisión han estado siempre sujetas a la concesión de licencias desde los gobiernos con la excusa de regular el espacio electromagnético; los estados se han reservado para ellos mismos la regulación de cualquier negocio que tenga que ver con las telecomunicaciones permitiendo, en muchas ocasiones, la formación de monopolios y oligopolios corporativos... Sin embargo, ¿qué ocurre con internet y el poder? Es algo que se debe estudiar porque muy seguramente estamos ante una nueva forma de comunicación sobre la que de alguna manera intervienen los poderes, pero que quizás también puede ser usada por la sociedad civil para hacer aportaciones discursivas válidas para la democracia, denunciar el control que puede ejercer el propio poder, llamar a la movilización, desmontar la persuasión y desenmascarar la mentira.

No en vano, son muchos los autores que, como Mark Poster, afirman que internet podría ofrecer nuevas posibilidades de contribuir a la formación y el sustento de la democracia.⁶ También en este sentido, para Sinikka Sassi la red digital es sujeto y objeto en el actual proceso de transformación democrático.⁷

⁴ Asociación para la investigación de los medios de comunicación, *Resumen general de resultados EGM de octubre de 2015 a mayo de 2016*, en <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>, consultado el 3-10-2016.

⁵ Bauman, Z., y Lyon, D., *Vigilancia líquida*, Barcelona, Planeta, 2013, pág. 118.

⁶ Poster, M., «Cyberdemocracy, Internet and the Public Sphere», en Porter, D. (comp.), *Internet Culture*, Nueva York y Londres, Routledge, 1997, págs. 201-217.

⁷ Sassi, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *The Public*, vol. 3, núm. 1, 1996, pág. 25.

II. Estado de la cuestión: ciberpesimismo y ciberoptimismo

Al plantear una discusión sobre las consecuencias que internet tiene para la comunicación social y la democracia, se asume un reto que, según James Curran, es complicado. Lo es porque lo que ha sucedido en la política a partir del surgimiento de internet ha sido precipitado y complejo, desde su punto de vista.⁸ Si se revisa la literatura académica que existe sobre la relación entre internet y política, nos encontraremos con dos posturas claramente contrapuestas: la ciberpesimista y la ciberoptimista. Lo único que tienen en común ambas visiones es que consideran que internet es un medio disruptivo, que altera los mecanismos de legitimación del poder democrático, aunque en un caso para mal y en otro para bien.

Los tecnopesimistas, definidos por Ana Sofía Cardenal y Albert Batlle, se muestran reacios con respecto a que las tecnologías de la información y de la comunicación (de ahora en adelante, TIC) consigan una participación plena de los ciudadanos en asuntos públicos. Son contrarios a creer que internet pueda conseguir que se desarrollen nuevas formas de democracia directa dado que afirman que las tesis optimistas hacen predicciones poco realistas sobre cómo se comporta la gente.⁹ Para los tecnopesimistas, las TIC no inciden en el debate político que tiene lugar en las instituciones representativas actuales, sino que simplemente favorecen la comunicación digital interpersonal y no fomentan la deliberación ni la búsqueda del consenso necesarios para la democracia directa porque a través de ellas sólo se intercambian argumentos individualistas que no favorecen la confrontación y el contraste de pareceres. Sería el punto de vista de James Curran, para quien internet está teniendo unos efectos inocuos sobre la calidad de la democracia,¹⁰ o de Jodi Dean, que considera que las transformaciones económicas que está causando internet pueden suponer una amenaza para la democracia.¹¹ También sería

⁸ Curran, J., «Why has de Internet changed so little?», en www.opendemocracy.net/james-curran/why-has-internet-changed-so-little, consultado el 11-08-2014.

⁹ Cardenal, A. S., y Batlle, A., «La utopía virtual: Una crítica al ciberoptimismo desde la teoría de la elección racional», en *Revista de internet, derecho y política*, núm. 3, 2006.

¹⁰ Curran J., «Why has de Internet changed so little?», en *op. cit.*

¹¹ Dean, J., «Why the Net is not a Public Sphere», en *Constellations*, vol. 10, núm. 1, Blackwell Publishing, 2003, págs. 95-112.

ciberpesimista la postura de James Bohman, para quien internet es un espacio totalmente privado desde el cual es difícil que se pueda contribuir eficazmente a la política.¹²

Según Manuel R. Torres Soriano, que analiza la postura de los ciberpesimistas y los ciberoptimistas, los primeros no confían en las posibilidades democratizadoras de la red digital. Los tecnopesimistas creen, según el autor, que internet genera «burbujas democráticas» porque desarrolla espejismos sobre la existencia de movimientos pro-democráticos que en realidad sólo se dan en la percepción de aquéllos que depositan una esperanza irracional en la capacidad liberadora de internet. El autor añade que los ciberpesimistas apuntan a la debilidad de los grupos formados a través de la red relacionada con el reducido coste personal y esfuerzo que supone unirse a ellos, lo que resta compromiso de participación. Del mismo modo, para Torres Soriano, los tecnopesimistas destacan la facilidad con la que se puede contrarrestar desde el poder a un «líder virtual», llegando incluso a oprimirlo. Duncan J. Watts, uno de los ciberpesimistas a los que cita el autor, afirma que: «esto permite que [los líderes virtuales] puedan ser capturados, torturados y silenciados, sin que los internautas conozcan lo sucedido. Las voces disidentes en internet desaparecen, con la misma facilidad con la que nacen».¹³ Los ciberescépticos se sirven, según Torres Soriano, de estudios empíricos para evidenciar que sólo unos pocos utilizan internet con una finalidad política, tanto en las sociedades carentes de libertad como en las sociedades democráticas. Aseguran que la mayoría de los contenidos de la blogosfera tienen como objeto asuntos triviales y que los ciberoptimistas se han convertido en un objetivo prioritario de sus aparatos de represión, reduciendo de manera sustancial el margen de maniobra con el que pueden operar.

Hay otros autores tecnopesimistas, como César Rendueles y Eugeny Mozorov, para los que internet representa una red de control a través de la que se tiene un mayor acceso a la información personal de los sujetos, que a su vez son objetivo de discursos esencialmente persuasivos. Ambos rechazan que internet sea un instrumento emancipador y empoderador para la ciudadanía basándose en argumentos esencialmente económicos. Según Mozorov, la supremacía del mercado virtual supone un retroceso en los derechos

¹² Bohman, J., «Expanding Dialogue: The Internet, the Public Sphere and Prospects for Transnational Democracy», en *The Editorial Board of the Sociological Review*, Blackwell Publishing, 2004, págs. 131-155.

¹³ Torres Soriano, M. R., «Internet como motor del cambio político: ciberoptimistas y ciberpesimistas», en *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, núm. 1, 2013, pág. 8.

sociales conquistados.¹⁴ Rendueles, de la misma manera, critica lo que considera «ciberutopismo» o «ciberfetichismo», que están en la base, según él, de un determinismo tecnológico que aspira a que las TIC sean fuente de transformaciones sociales liberadoras.¹⁵ Para él las TIC difícilmente pueden ser un instrumento para una deliberación racional y justa. Bien al contrario, cree que la influencia del mercado que gira alrededor de internet hace que desde la red se desvirtúen la cooperación y la crítica política. Rendueles añade que hay casos de iniciativas ciberoptimistas claramente fallidas como el proyecto *One Laptop for Child*, impulsado por Nicholas Negroponte, que consistía en facilitar la expansión en el uso de ordenadores de bajo coste en las escuelas de varios países africanos con la intención de paliar la brecha digital —la diferencia entre aquellos que tienen acceso a las TIC y los que no— y que finalmente se suspendió por falta de financiación.

No cabe duda que hay que dar la razón a algunos de esos planteamientos. Para empezar, basta echar un vistazo al escritorio de nuestro ordenador y ver qué empresas han conseguido que cliquemos sobre sus logotipos para realizar algún tipo de acción informática, desde navegar en internet (seguramente utilizaremos el *Chrome* de Google, o *Internet Explorer* de Microsoft, o el *Firefox* de Mozilla), usar un editor de texto o de imagen (como el *Microsoft Office* de Microsoft o el *Photoshop* de Adobe), guardar nuestros documentos (posiblemente en *Google Drive*), gestionar nuestro correo electrónico (la mayoría de nosotros usará el servicio de *Gmail* de Google), etc. También basta con pensar en la marca de nuestro dispositivo (muy probablemente Apple, Samsung, HP, Acer o Sony) o la compañía con la que contratamos el servicio de acceso a internet (que en el caso de España lo más seguro es que sea Movistar, Vodafone, Orange, Yoigo, Pepephone o Amena). En realidad, no hay mucha variedad donde elegir, ¿verdad?

También es innegable el uso panóptico de internet para espiar a los ciudadanos sin que éstos sean conscientes. Hemos sabido gracias a las evidencias facilitadas a los medios de comunicación por Edward Snowden o Chelsea Manning que ciertas acciones de la NSA y la CIA norteamericanas están dirigidas a controlar directamente los movimientos de los ciudadanos (no solo estadounidenses) a través de internet. Como cuenta Torres Soriano, otro peculiar ejemplo es el promovido por el gobierno chino, a través del «Partido de los 50 centavos». Esa es la cantidad de dinero que en principio reciben los «espías

¹⁴ Mozorov, E., *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Nueva York, PublicAffairs, 2011.

¹⁵ Rendueles, C., *Sociofobia*, Madrid, Capitán Swing, 2013.

internautas» por cada denuncia de un caso de disidencia que realizan participando en chats y foros en donde los ciudadanos chinos discuten sobre política. Se calcula que pueden ser unos 280.000 usuarios de internet, los colaboradores que ayudan al gobierno chino a controlar la red. Por otro lado, en Irán tras las protestas por el fraude electoral de 2009, el gobierno siguió el rastro tanto físico como virtual a través del cual compuso su lista de oponentes políticos y se publicó una galería fotográfica en internet en donde se pedía que los internautas ayudasen a identificar a los disidentes. Además, a estas alturas es fácilmente comprobable el papel que tiene internet en la generación y propagación de un discurso construido a partir argumentos falsos, fruto de estrategias persuasivas que han alcanzado su máximo apogeo (algunas de ellas, lamentablemente, recuerdan a la más burda pero efectiva propaganda fascista europea del período de entreguerras del siglo XX).

Algo debe de estar pasando —e internet quizás está contribuyendo a ello— para que en 2016, el *Diccionario Oxford* haya elegido «posverdad» como palabra del año. Para la publicación se trata de un adjetivo que «denota circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción ya la creencia personal».¹⁶ La posverdad está contribuyendo, muy posiblemente, a la propagación de la xenofobia, el desprecio a las minorías, el tratamiento del otro como un enemigo al que hay que aislar e incluso destruir, la generación de un discurso del miedo, que es seguido por otro que reivindica más seguridad, más gasto en armamento y, en definitiva, más violencia. En la actualidad, Alemania está buscando fórmulas para frenar en internet contenidos difamatorios o que inciten a la violencia, el odio o la xenofobia. De momento, el gobierno del país estudia sancionar a las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* con multas de hasta 50 millones de euros si no eliminan tales contenidos.¹⁷

Quizás el fenómeno de la posverdad no sea tan nuevo, sino más patente. La estrategia del discurso del miedo propagado por los medios de comunicación, encauzado desde el poder político y económico, y basado en la construcción de un enemigo que sirviese para controlar el «rebaño» durante el siglo XX, fue muy bien descrito por Noam Chomsky y

¹⁶ Oxford Dictionaries, «Word of the year 2016 is...», en <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>, consultado el 08-04-2017. Traducción propia. A partir de este momento, se procederá a traducir todas las citas directas que provengan de textos escritos en idiomas distintos al castellano.

¹⁷ Valero, C., «Alemania busca límites a la red», en *El Mundo*, 24-03-2017, pág. 57.

Edward Herman en *Los guardianes de la libertad* (1988).¹⁸ Puede que haya sido que, debido a los cambios de internet, el poder también haya tenido que cambiar de enemigo: ahora el poder reivindica un enemigo que es un terrorista invisible y que puede estar presente en todos lados. El público occidental ya no le pone cara, como a los comunistas, a Sadam Hussein o a Bin Laden. Ahora es un enemigo anónimo, podría ser cualquiera, es global y latente y usa los medios digitales para hacerse más fuerte. Y, por cierto, suele practicar de forma radical algún tipo de religión a la que no renunciará debido a sus fuertes convicciones. Ese es el enemigo total para algunos estados y para algunos medios masivos que contribuyen a difundir tal discurso. En cualquier caso, para otros el antagonista puede ser otro como el presidente del gobierno sirio, Bashar al-Ásad, sobre el que se ha evidenciado que ha reprimido y ha aniquilado a parte de la población civil del Estado que dirige. Recientemente hemos sabido que, en al menos cinco cárceles de Siria, se podrían haber ejecutado sumariamente a unos trece mil civiles entre 2011 y 2016.¹⁹ Conocemos todo ello a día de hoy gracias a la labor conjunta de Amnistía Internacional y de Forensic Architecture, un grupo de investigación en arquitectura forense que ha centrado sus esfuerzos durante los últimos años en sacar a la luz determinados temas poco conocidos que afectan a las sociedades civiles de distintos países en donde se practica la opresión violenta por parte del Estado.²⁰ También ha quedado demostrado por la plataforma *Bellingcat.com*, fundada por el ciudadano británico Eliot Higgins, que el gobierno sirio ha utilizado armas químicas en al menos un ataque contra la población civil, ocasionando alrededor de 1.400 muertes.²¹ Dichas entidades han difundido lo que ocurre en Siria esencialmente por internet, y los medios masivos han atendido a las informaciones y las han difundido tanto por internet como por el resto de canales.

Otro ejemplo de fuente reveladora de contrainformaciones es la plataforma *Wikileaks*, que se ha servido de las filtraciones de informantes anónimos (aunque algunos informante hayan pasado a ser personas públicas, como Edward Snowden o Chelsea Manning, con las consecuencias judiciales que ello les ha comportado) para publicar datos que se contraponen a las informaciones públicas que parten de los gobiernos de algunos estados

¹⁸ Chomsky, N., y Herman, E. S., *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Planeta, 2013.

¹⁹ Sancha, N., «Las cuatro de la madrugada era la hora de las torturas», en *El País*, en http://internacional.elpais.com/internacional/2017/02/07/actualidad/1486494959_472632.html, publicado el 7-02-2017, consultado el 08-02-2017.

²⁰ Ver: <https://saydnaya.amnesty.org/>

²¹ Al-Kathib, H., «New Visual Evidence about Chlorine Gas Attacks in Eastern Ghouta», en *Bellingcat.com*, en <https://www.bellingcat.com/news/mena/2017/02/14/new-visual-evidence-chlorine-gas-attacks-eastern-ghouta/>, publicado el 14-02-2017, consultado el 22-02-2017.

o de multinacionales empresariales. La primera filtración relevante, titulada «Collateral Murder», se produjo en 2010. A través de ella se hizo público un vídeo en el que se aprecia cómo, desde un helicóptero del ejército de Estados Unidos, se asesina a un grupo de 12 civiles en Bagdad en 2007.²² En el momento de la redacción de la presente introducción, en marzo de 2017, se producía otra filtración que llevaba por nombre «Vault 7: CIA Hacking Tools Revealed». En ella *Wikileaks* aseguraba mostrar miles de documentos de la CIA en los que la agencia describía los métodos y programas desarrollados por la agencia para el espionaje y el ataque a través de internet.²³ Cabe destacar otra filtración conocida como «Cablegate», producida en el año 2010, que contenía más de 210 mil mensajes del Departamento de Estado de Estados Unidos. Con su publicación *Wikileaks* trató de sacar a la luz del debate público la discusión sobre la delgada línea entre la diplomacia y el espionaje.²⁴ Por tanto, algunas informaciones las están proveyendo grupos de ciudadanos que se organizan, que investigan por su cuenta y que difunden las informaciones hacia el resto de la ciudadanía.

Estos últimos ejemplos darían la razón en parte a los ciberooptimistas, como es el caso de Pierre Lévy, quien cree que internet ha hecho surgir un nuevo tipo de inteligencia colectiva.²⁵ También sería un ejemplo de ciberooptimismo Castells, que señala un auge de los movimientos sociales y del poder ciudadano gracias a la irrupción de las redes digitales, llegando a decir que internet es la nueva esfera pública.²⁶

Los ciberooptimistas aducen a un mayor empoderamiento de los sujetos gracias al incremento de la circulación de información y de la posibilidad de participación de los mismos, lo que ocasiona un aumento de las relaciones entre grupos y un consecuente enriquecimiento de las ideas que van a parar a las esferas públicas nacionales, que además se pueden abrir hacia el exterior de los países. Por tanto, conciben las TIC como instrumentos indispensables para la acción colectiva. El planteamiento ciberooptimista se ha visto fortalecido, según Torres, Soriano ante acontecimientos políticos concretos como la «Revolución Naranja» de 2004 en Ucrania, la «Revolución de los Cedros» de 2005 en

²² Wikileaks, «Collateral Murder», en <https://collateralmurder.wikileaks.org/>, publicado el 5-04-2010, consultado el 9-03-2017.

²³ Wikileaks, «Vault 7: CIA Hacking Tools Revealed», en <https://www.wikileaks.org/ciav7p1/>, publicado el 7-03-2017, consultado el 09-03-2017.

²⁴ Ver: *Public Library of US Diplomacy*, en <https://wikileaks.org/plusd/>.

²⁵ Levy, P., *Collective Intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*, Nueva York, Perseus, 1997.

²⁶ Castells, M., *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*, Barcelona, Alianza, 2012.

Líbano (2005), la iniciativa «Un millón de voces» de 2008 contra las FARC en Colombia, las protestas contra el fraude electoral en Irán de 2009, la «Revolución de los jazmines» de 2010-2011 en Túnez, y la «Primavera árabe» de 2011 en Egipto.²⁷

No obstante, el número de trabajos con una perspectiva ciberoptimista es mucho más reducido que los que tienen una visión tecnopesimista. Los pocos estudios ciberoptimistas que se dan, como el de Pipa Norris o el de Jacob Groshek, señalan una correlación significativa entre la democratización y el índice de penetración de internet en un país, pero también advierten que los cambios no pueden ser profundos si no se da una verdadera apertura política.²⁸

Ambas posturas, la ciberpesimista y la ciberoptimista, sugieren el carácter determinista de internet negando que sea un canal con consecuencias neutras. El problema es que sus visiones son catastrofistas o triunfalistas, respectivamente. Además, los análisis de unos y otros se centran en la crítica al canal y apenas atienden, salvo alguna excepción como Castells o Rendueles, a los contextos culturales, económicos y políticos en los que se procede su uso. No se observa que haya una intención por parte de los ciberpesimistas ni de los ciberoptimistas de conciliarse con la postura contraria, de buscar soluciones para el uso de internet como un instrumento con el que se pueda mejorar la convivencia social.

Siguiendo las ideas de Ulrike Klinger y Jakob Svensson, inicialmente he creído que internet es en realidad un espejo que refleja el comportamiento preestablecido de los sujetos y de las sociedades.²⁹ Esto se traduciría en que, si en un contexto social se da un poso de conflicto, de descontento y de reivindicación, muy probablemente todo ello aparecerá en internet, tomará forma y se transmitirá. Lo mismo ocurrirá con otros tipos de comportamientos relacionados con la violencia, la solidaridad, la persuasión, el comercio, el entretenimiento... Por tanto, internet iría recogiendo el testigo de lo que sucede en los diferentes contextos culturales, económicos y políticos y contribuiría a que se produjeran cambios, que estarían condicionados por los contextos iniciales. En definitiva, de entrada he intuido que los efectos de internet sobre el cambio político están condicionados por el

²⁷ Torres Soriano, M. R., «Internet como motor del cambio político: ciberoptimistas y ciberpesimistas», en *op. cit.*

²⁸ Norris, P., *A Virtuous Circle: Political Communication in Post-Industrial Democracies*, Nueva York, Cambridge University Press, 2000; Groshek, J., «The Democratic Effects of the Internet, 1994_2003: A Cross-National Inquiry of 152 Countries», en *International Communication Gazette*, vol. 71, núm. 3, 2009, págs. 115-136.

²⁹ Klinger, U., y Svenson, J., «The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach», en *NewMedia & Society*, Sage, 2014, págs. 1-17.

propio contexto político y la habilidad de los que utilizan el instrumento comunicativo. Ese ha sido mi punto de partida para investigar, sin prejuicios pesimistas u optimistas, si desde internet pueden hacerse contribuciones discursivas para el impulso y el control de la democracia y cómo deberían ser éstas para que realmente fueran válidas. A continuación explico el marco teórico en el que me he basado y la estrategia que he seguido.

III. Marco teórico y método

La pregunta fundamental de este trabajo trata de responder a cómo es la relación entre la comunicación social, internet y la política y cómo afecta a la democracia. Es una cuestión a la que otros han tratado de dar respuesta anteriormente, como hemos visto. Sin embargo, tanto los pesimistas como los optimistas han eludido la definición de un modelo normativo sobre cómo debe procedimentarse los modos de construcción y control de la democracia. A mi parecer, los estudios vinculados a alguna de las dos posturas contienen sesgos que suelen estar relacionados con el fundamento teórico y/o el método seguido en las reflexiones. Por ejemplo, en algunos casos se teoriza acerca de sucesos que están aconteciendo o que han acontecido recientemente, haciendo correlaciones estadísticas sobre la presencia de internet y la evolución de determinados índices de democratización cuya obtención por sí misma puede ser cuestionable. En otros casos, las teorizaciones presentan carencias en la conceptualización de términos imprescindibles como «democracia». Desde mi punto de vista, es necesaria una disertación más sosegada, más completa y mejor respaldada teóricamente.

Para responder a la pregunta de si internet sirve para desarrollar discursos que ayuden a formar y controlar la democracia y cómo deben ser éstos para que realmente sea así, la estrategia que he desarrollado se ha basado en establecer, en primer lugar, una propuesta de un procedimiento comunicativo que, a mi juicio, podría servir para legitimar el poder y garantizar la participación de la sociedad civil en la construcción y el control de la democracia. Dado que me ha interesado indagar en la relación entre comunicación y poder democrático, me han llamado la atención los aportes teóricos con una dimensión normativa, desde la que puedan hacerse distinciones entre procesos de comunicación más o menos válidos a partir de su contenido democrático. En ese sentido, la estrategia que he

seguido me ha llevado al concepto de esfera pública. Por ello, he pretendido obtener una definición normativa de esfera pública que se pueda aplicar en cualquier sociedad que aspire a ser democrática. Posteriormente he tratado de averiguar si los cambios culturales, económicos y políticos causados por la sociedad en red han traído consigo la aparición de un nuevo sujeto democrático y de un nuevo público. Finalmente, he querido comprobar si esos posibles nuevo sujeto y público han cambiado la configuración de la sociedad civil y de las mismas estructuras de la esfera pública.

El marco teórico elegido ha sido la teoría de la acción comunicativa y la democracia deliberativa de Jürgen Habermas. La razón reside en que necesitaba aferrarme a un punto de partida sólido que definiese cuáles son las estructuras y procedimientos que han dado pie al desarrollo de la democracia moderna y que posibilitan legitimar el poder político. En este sentido, Habermas aporta diversos modelos y categorizaciones, argumenta en profundidad, es constante en su discurso, atiende a las críticas que reciben sus reflexiones —que son numerosas y diversas en cuanto a la procedencia— y rectifica sus concepciones cuando cree que tiene que hacerlo. Resultado de todo ello es la producción de una dilatada obra académica sobre la relación entre comunicación y legitimación del poder político. De acuerdo con Axel Honneth, el modelo de la esfera pública de Habermas es un punto de partida esencial para entender las conexiones entre conocimiento y libertad.³⁰ Desde luego, su solvencia intelectual está demostrada y no admite discusión. Entre otros galardones cuenta con el Premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales, que le fue concedido en 2003.

Aunque Habermas desarrolla una extensa labor intelectual, no he abarcado completamente su obra en este trabajo, sino que me he centrado en aquellas obras más relevantes para esta investigación: *Historia y crítica de la opinión pública* (1962), *Teoría de la acción comunicativa* (1980) y *Facticidad y validez* (1992). A lo largo de su reflexión, el autor teutón propone dos modelos normativos para legitimar el poder político a través de la comunicación: el modelo de esfera pública y el modelo de deliberación política. Son dos modelos que se complementan. Es realidad, se puede decir que Habermas, con el tiempo, realiza una reformulación del modelo de esfera pública incorporándole la perspectiva deliberativa.

³⁰ Honneth, A., *El derecho de la libertad. Esbozo de una eticidad democrática*, Madrid, Katz editores, 2014.

En el modelo de esfera pública Habermas establece que existe un espacio abstracto de concurrencia de ideas situado entre la sociedad civil y el Estado al que los sujetos acceden a través de flujos de comunicación, de forma intersubjetiva y libre, para poder intercambiar discursos racionales y morales. A través de tales discursos, se construyen reivindicaciones que atienden al interés común y que se constituyen en opinión pública crítica, que deberá ser tenida en cuenta por el sistema político en aras de legitimar el poder y tomar decisiones que afecten al conjunto de la ciudadanía. Dentro de este proceso, Habermas da un valor esencial a los procesos comunicativos, a cómo se construyen y a cómo a partir de éstos la opinión pública que se genere puede ser manipulada o crítica (la opinión pública manipulada desvirtúa la esfera pública por lo que para legitimar el poder político sólo valdría la opinión pública crítica).

Habermas no sólo se conforma en describir las estructuras y los canales comunicativos que permiten la participación de la sociedad civil en la construcción y el control de la democracia a través de una esfera pública, sino que también observa cómo se producen en tales estructuras y canales una serie de cambios que acabarán causando, a su parecer, la decadencia de la esfera pública que él mismo defiende. Por todo ello, como el propósito inicial del trabajo ha sido relacionar los conceptos de comunicación, internet y política, no se me ha ocurrido un mejor marco teórico que el propuesto por el autor alemán, ni un mejor punto de partida que no fuera el de su teoría de esfera pública.

Hablar de la teoría de la acción comunicativa de Habermas exigía dos cosas. Por un lado, incluir las ideas de los dos autores en los que se inspiró inicialmente el autor alemán, Immanuel Kant y Hannah Arendt, de los cuales recoge algunas ideas relacionadas con el concepto de poder para después reformularlas. Por otro, introducir las críticas que la teoría de Habermas ha recibido por parte de pensadores contemporáneos como Nancy Fraser, Sinnika Sassi, Seyla Benhabib, Geoff Eley y Judith Butler, que demandan que la esfera pública atienda a una mayor pluralidad de puntos de vista que la exigida por él, teniendo en cuenta la particularidad de los públicos y la existencia de diversas esferas públicas y no de una sola.³¹ También me he servido de Chantal Mouffe, quien afirma que

³¹ Fraser, N., «Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy», en Calhoun C. (ed.), en *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, The MIT Press, 1996, págs. 108-142; Sassi, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *op. cit.*; Benhabib, S., «Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas», en *op. cit.*, págs. 73-98; Eley, G., «Nations, Publics and Political Cultures: Placing Habermas in Nineteenth Century», en *op. cit.*, págs. 260-289; Butler, E., «Mapping the variety of Public Spheres», en *Communication Theory*, vol. 21, úm. 2, Yale University, 2011, págs. 130-149.

la esfera pública debe entenderse desde una concepción plural y agonista.³² De Eva Erman, que reivindica la aceptación del conflicto como un punto de partida que conduce a la transformación de las propias y personas y de las relaciones que mantienen entre ellas.³³ De Axel Honneth, que propone hablar de las esferas de los asuntos políticos, de las relaciones económicas y de las relaciones personales, que según él entran en contacto continuamente.³⁴ De Rosalyn Deutsche, que advierte sobre la tendencia a la clausura del espacio público.³⁵ Y de Adam Seligman y John Morris Roberts, que coinciden en apuntar que el gran problema de la esfera pública es la injerencia de un discurso único de carácter persuasivo y que atiende a unos intereses particulares que nada tienen que ver con el interés común.³⁶

La discusión a través de los autores anteriormente citados e, insisto, especialmente de Habermas, me ha permitido definir un modelo normativo de esfera pública aplicable a las sociedades que aspiren a ser democráticas, ya sean sociedades en red o no. Sin embargo, debía ir más allá porque suponía que la sociedad en red habría empezado a representar una serie de transformaciones, culturales, económicas y políticas, que afectarían de alguna manera a los sujetos, al público de la sociedad civil y a las estructuras de la esfera pública. Por eso he tenido que establecer un puente entre una y otra, tarea para la cual ya no me he podido servir de las ideas de Habermas porque él no maneja en ningún momento el concepto de sociedad en red. Así pues, comencé a construir el puente a través de una primera toma de contacto con autores que, moviéndose en la teoría habermasiana, cayeron en la cuenta de la necesidad de revisarla de acuerdo con los grandes retos planteados por la sociedad en red, como Mark Poster, que explica que el sujeto, gracias a internet, está especialmente informado;³⁷ Peter Dahlgren, que justifica que se pueda hablar de un nuevo tipo de cultura cívica;³⁸ Jodi Dean, que considera peligrosos desde el

³² Mouffe, C., *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Barcelona, Paidós, 1999.

³³ Erman, E., «What is wrong with agonistic pluralism? Reflections on conflict in democratic theory», en *Philosophy & Social Criticism*, vol 35, núm. 9, Sage Publications, 2009, págs. 1.039-1.062.

³⁴ Honneth, A., *op. cit.*

³⁵ Deutsche, R., *Agorafobia*, en *Quaderns portatils*, 2008, pág. 56, en <http://www.macba.cat/es/quaderns-portatils-rosalyn-deutsche>, consultado el 29-07-2014.

³⁶ Seligman, A., *The Idea of Civil Society*, Nueva York, The Free Press, 1992; Roberts, J. M., «John Stuart Mill, free speech and the public sphere: a Bakhtinian critique», en *The Editorial Board of the Sociological Review*, Blackwell Publishing, 2004, págs. 67-87.

³⁷ Poster, M., «Cyberdemocracy, Internet and the Public Sphere», en *op. cit.*

³⁸ Dahlgren, P., «The Internet and the Democratization of Civil Culture», en *Political Communication*, vol. 17, 2000, págs. 445-340.

punto de vista democrático determinados cambios económicos que comporta internet;³⁹ y James Bohman, quien pone el énfasis en la titularidad privada de internet y en sus consecuencias para la democracia.⁴⁰

Más adelante, para examinar y criticar más en profundidad los cambios culturales, económicos y políticos, y dadas las limitaciones del marco teórico que me proporcionaba Habermas, recurrí a dos enfoques que me permitieron avanzar en la discusión: por un lado la teoría de la comunicación social y por otro lado la teoría crítica de la economía política.

En cuanto al enfoque de la teoría de la comunicación social, he utilizado, para empezar, el modelo de comunicación humana de Manuel Martín Serrano. El autor se centra en detallar los aspectos biológicos y evolutivos —dando una especial importancia a los procesos cognitivos— que han convertido a la comunicación en un instrumento útil para el desarrollo de la hominización y de humanización. Sus ideas me han proporcionado acceso a definiciones concretas de «señal informativa», «proceso informativo» y «proceso comunicativo».⁴¹ También dentro del enfoque de la teoría de la comunicación social me he recurrido al trabajo del sociólogo Manuel Castells, el científico social español más citado a nivel mundial según el Instituto Lauder de Dirección de Empresas y Estudios Internacionales de la Universidad Wharton, de Pensylvania.⁴² Las investigaciones de mayor impacto de Castells se enmarcan en el ámbito de la globalización informativa y se centran en los movimientos sociales, la conformación de la sociedad en red y el papel de los ciudadanos en el contexto de la globalización informativa y económica. Este enfoque lo he complementado con varias ideas del también sociólogo Gustavo Cardoso sobre las transformaciones culturales de los sujetos, que me ha ayudado a acabar de corroborar el paso de la sociedad de la información a la sociedad en red.⁴³

Me he acogido a otras corrientes de la teoría de la comunicación social, como la funcionalista, la crítica y la de la cultura digital. En cuanto a la corriente funcionalista,

³⁹ Dean, J., «Why the Net is not a Public Sphere», en *op. cit.*

⁴⁰ Bohman, J. «Expanding Dialogue: The Internet, the Public Sphere and Prospects for Transnational Democracy», en *op. cit.*

⁴¹ Martín Serrano, M., *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*, Madrid, McGraw Hill, 2010.

⁴² Wharton University, *The Ten Most Cited Spanish Social Scientists. Los Diez Científicos Sociales Españoles Más Citados*, en <https://news.wharton.upenn.edu/press-releases/2012/04/wharton-school-lauder-institute-announce-2011-list-of-top-ten-most-cited-spanish-social-scientists/>, publicado el 02-04-2012, consultado el 15-02-2017.

⁴³ Cardoso, G., *Sociedad red*, Barcelona, Editorial UOC, Barcelona, 2010.

que estudia los efectos que los medios de comunicación social tienen sobre los pensamientos, creencias y valores de la audiencia, me he hecho eco especialmente de las propuestas de Walter Lippman y de Harold Lasswell sobre la necesidad de que existan mecanismos que establezcan instrumentalmente la comunicación social para formar a la opinión pública⁴⁴. En realidad, me he dedicado más bien a criticar esta visión. La corriente funcionalista tiene su origen en una concepción liberal de la democracia y reivindica el desarrollo de una visión normativa de la sociedad muy en consonancia con las sociedades occidentales y, más en concreto, la estadounidense. La sociedad ideal descrita por los funcionalistas debe ser democrática (con elecciones, sufragio universal y representación), liberal (laica, individualista, con libertad de expresión y libre mercado), pluralista (debe haber competencia institucionalizada entre partidos e intereses) y ordenada (pacífica, socialmente integrada, justa y legítima). El problema es que para alcanzar tal tipo de sociedad, que obedece a una visión única, el poder político se tiene que apoyar, según los funcionalistas, en unos medios que lleguen a un público masivo.

Las ideas de los funcionalistas son cuestionadas especialmente por la corriente crítica, al frente de la cual se sitúan autores como James Curran y Noam Chomsky, que insisten en que el modelo funcionalista crea un discurso único que favorece a una élite y que ayuda a controlar al conjunto de los ciudadanos a través de la persuasión continua. Ambos advierten de que los medios de masas han estado dejando a un lado su principal función social: la de conformar una opinión pública instruida, crítica y con capacidad para reivindicar la atención sobre determinados temas y cuestionar al poder.⁴⁵

Para completar el enfoque de la teoría de la comunicación social, he utilizado la corriente de la cultura digital, a través de la que he podido explicar cuáles son los cambios sustanciales que los medios de comunicación tradicionales han asumido en su proceso de adaptación a internet y también cuáles han sido los cambios culturales más inmediatos experimentados por los sujetos. Especialmente importante es la idea de Alvin Toffler

44 Lippman, W., *La opinión pública*, Madrid, Cuadernos de Langre, 2003; Lasswell, H. D., «The Structure and Function of Communication in Society», en Schramm, W. (ed.), *Mass Communications*, Urbana, IL, University of Illinois Press, 1960, págs. 117-129.

45 Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en Curran, J., Morley, D., y Walkerdine, V. (comp.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona, Paidós, 1998, págs. 187-254; Chomsky, N., «El control de los medios de comunicación», en Chomsky, N., y Ramonet, I., *Cómo nos venden la moto*, Barcelona, Icaria, 2000, págs. 7-53.

acerca del surgimiento de un sujeto prosumidor, que consume información prácticamente a la vez que la produce y viceversa.⁴⁶

A continuación desarrollo brevemente qué aspectos provenientes del enfoque de la teoría crítica de la economía política me han sido útiles en este trabajo. En primer lugar, debo decir que recorro a ella porque Habermas no contempla en su disertación ninguna referencia a la misma cuando critica el papel de los medios de comunicación social en la legitimación del poder. Me parecía interesante utilizar tal enfoque para enriquecer la discusión. Según Vincent Mosco, desde la economía política podemos analizar aquellos condicionantes institucionales y tecnológicos que modelan los mercados para beneficio de aquellas corporaciones y gobiernos con el tamaño suficiente como para poder controlarlos.⁴⁷ En este sentido, la considero una posición válida desde la que establecer una crítica económica para internet. Otros dos teóricos consultados, Christian Fuchs y Tiziana Terranova me han dado una pista al coincidir en apuntar que la información se ha convertido, a día de hoy, en una de las más preciadas mercancías por parte de las corporaciones empresariales presentes en internet.⁴⁸ En este aspecto, una de las principales conclusiones a las que he llegado es que parte de la producción de información de los usuarios en internet se puede considerar «trabajo».

IV. Objetivos e hipótesis

Como he señalado, el objetivo inicial de este trabajo ha sido analizar las consecuencias de la relación entre la comunicación social, internet y la política para la democracia. Durante la investigación he detectado que los autores que han mantenido una postura optimista o pesimista con respecto a las posibilidades democratizadoras de internet no han definido un modelo normativo sobre cómo debe procedimentarse la participación del público en la construcción y el control de la democracia. Creo que por eso no han acertado en sus diagnósticos y han tendido a posicionarse en un extremo o en otro a partir de los diferentes ejemplos de éxito o de fracaso que han analizado.

⁴⁶ Toffler, A., *La tercera ola*, Barcelona, Plaza & Janes, 2000.

⁴⁷ Mosco, V., «La Economía Política de la Comunicación: una revisión diez años después», en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, 2006, págs. 57-79.

⁴⁸ Fuchs, C., «Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet», en *European Journal of Communication*, vol. 24, núm. 1, 2009, págs. 69-87; Terranova, T., «Free labor: Producing Culture for the Digital Economy», en *Social Text* 63, vol. 18, núm. 2, 2000, págs. 33-58.

Es por ello que, a medida que he profundizado en la relación entre la comunicación social, internet y la política, he considerado la necesidad de establecer otros objetivos más específicos como proponer un modelo normativo de cómo legitimar el poder democrático. Como es lógico, otro objetivo debía ser el análisis del contexto comunicativo del que venimos y la descripción del que experimentamos ahora, la sociedad en red, así como de los cambios que se han sucedido en la experimentación de la cultura, la economía y la política por parte de los sujetos.

El desarrollo de un modelo normativo del procedimiento para legitimar el poder democrático y la discusión sobre un posible nuevo sujeto democrático han sido objetivos que me han permitido alcanzar otro: la adopción de una postura que se desmarcase del optimismo o del pesimismo con respecto a internet. La postura que he adquirido es «tecnoreivindicativa». A través de ella demando el uso de la red como instrumento de comunicación para la mejora y el control de la democracia abriendo vías de participación en la deliberación política e incluso en la toma directa de decisiones que afectan al conjunto de la sociedad.

Las hipótesis que hemos formulado como punto de partida del trabajo han sido las siguientes:

- 1) Internet ha transformado la comunicación humana y social, haciendo que la comunicación unidireccional típica de la sociedad de masas pierda su casi absoluto predominio a favor de un modelo de comunicación multidireccional en el que se producen más oportunidades para la comunicación interpersonal, intergrupala e intragrupal. El modelo está siendo asumido muy rápidamente por los sujetos a nivel individual y grupal ya que a través de él se da un tipo de comunicación más ajustada a la naturaleza de la comunicación humana.
- 2) Los cambios comunicacionales que se dan en la sociedad en red son tan relevantes que ha surgido un nuevo sujeto cultural, económico y político. Internet refleja el comportamiento en general preestablecido de tales sujetos antes de que existiera la red y causa nuevos comportamientos relacionados con la cultura, la economía y la política.
- 3) La participación de este nuevo sujeto en la política contribuye a que las estructuras de la sociedad civil y, consecuentemente, de la esfera pública que se dan en la sociedad en red sean diferentes a la que se daba en sociedades anteriores. Muy probablemente, la

sociedad civil se está acercando más a la esfera pública y las reivindicaciones que entran en ella y que acaban siendo opinión pública son más plurales, cuantiosas y de mayor calidad desde el punto de vista democrático. En este sentido, la sociedad en red puede ayudar a paliar la decadencia de la esfera pública que se daba en la sociedad de la información.

V. Estructura

A continuación concreto qué se discute en cada uno de los capítulos, cómo evolucionan la discusiones y qué soluciones voy sugiriendo. Antes debo decir que las principales conclusiones alcanzadas han sido que, por un lado, puede darse un nuevo modelo normativo de esfera pública para las sociedades que aspiren a ser democráticas y, por otro, que en la sociedad en red ha surgido un nuevo sujeto cultural, económico y político, que forma parte de un nuevo tipo de público que está transformando las estructuras de la sociedad civil y, por tanto, de la propia esfera pública. A partir de esta idea considero que, tal y como sospechaba, en la esfera pública de la sociedad en red la opinión pública es elaborada por un público más cuantioso, es más plural y es de mayor calidad que en la sociedad de la información.

I. «Esfera pública y deliberación». El primer capítulo tiene como objetivo proponer un modelo normativo de esfera pública que sirva para cualquier sociedad que pretenda ser democrática. Lo hago sustentándome en el marco teórico del trabajo: la teoría de la acción comunicativa de Habermas. Antes de desarrollarlo, atiendo a la descripción del modelo de esfera pública que sugirió Arendt y de las principales categorías que utilizó para argumentar su reflexión (labor, trabajo y acción) y también incluyo las críticas que la autora hace a la democracia de las sociedades modernas. Seguidamente entro de lleno a la teoría de la acción comunicativa de Habermas. Comienzo por la introducción de la idea normativa de esfera pública habermasiana y con la descripción de todos aquellos hechos que hicieron posible su surgimiento durante la época burguesa, siempre según el autor. A continuación explico cómo el sociólogo y filósofo reconoce y describe la decadencia de su modelo atendiendo a las razones para que se haya desvirtuado y que son, básicamente y a su juicio, la colonización de la esfera pública por los intereses privados y domésticos. En este punto atiendo a su intención de realizar una reconstrucción de la esfera pública a

través de un procedimiento deliberativo también de carácter normativo que parte de su teoría del discurso, la racionalidad y la moralidad. En lo que a Habermas respecta, también incluyo sus ideas acerca de la posibilidad de definir y poner en práctica lo que él llama una «política interior mundial», que supone un intento por su parte para describir cómo se podrían controlar y denunciar internacionalmente las situaciones que puedan constituir una vulneración de los derechos humanos. Me ha interesado incluir tal visión del autor porque es su disertación más próxima a lo que se podría considerar como la posibilidad de establecer una esfera pública mundial. Finalmente, dedico un apartado al desarrollo de la idea de sociedad civil de Habermas ya que será uno de los focos de discusión posteriores cuando hable del posible cambio del tipo de público que la compone.

Una vez desarrollado aquello que me interesa sobre Habermas, paso a enriquecer la reflexión con la revisión de las críticas que se han hecho de su modelo. La discusión que establezco con Habermas y con los autores que le critican es constante y a partir de ahí voy extrayendo y justificando las características que estimo que debe tener la definición normativa de esfera pública. En síntesis, la propuesta que planteo asume que la esfera pública debe tener capacidad de establecer agenda de temas públicos y de control de la democracia, debe atender las reivindicaciones e inquietudes que parten de la sociedad civil, ha de considerar la inclusión de diversos tipos de públicos, aceptar la influencia de otro tipo de esferas como la de las relaciones personales y la de la economía —que entran en contacto con ella debido a que los límites entre unas y otras son porosos— y nutrirse del conflicto antes y después de la deliberación entendiéndolo como impulsor y constituyente de democracia.

II. «Del nacimiento de la comunicación a la comunicación de masas». El segundo capítulo de este trabajo tiene como objetivo profundizar en aquello que más critican Habermas y otros autores recogidos en el capítulo anterior con respecto a los medios de masas: su supuesta contribución a la decadencia de la esfera pública a través de una banalización de la comunicación social que ha afectado de manera negativa a la calidad de la opinión pública. Se trata de analizar si realmente el papel de los medios de masas con respecto a la legitimación del poder político ha sido tan nefasto como se asegura por parte de los autores estudiados. Para llegar hasta ahí, el camino ha sido largo y, en ocasiones, difícil de sintetizar. Ha sido necesario entender cómo surge, para qué sirve,

cómo evoluciona, y qué consecuencias tienen la comunicación humana y la social. Me he tenido que remontar al origen del ser humano, hace tres millones y medio de años, momento en el que se empezaron a dar los requisitos necesarios que permitieron que los primeros homínidos desarrollasen competencias informativas y comunicativas. Además ha sido indispensable fijar conceptos que debíamos manejar durante toda la reflexión cuyas definiciones son tradicionalmente ambiguas y confusas, como «información», «comunicación» y «medio de comunicación».

En una segunda parte del capítulo trato cómo en las sociedades occidentales la comunicación social se ha ido canalizando, desde el nacimiento de la imprenta, a través de los medios sociales de difusión, hasta que prácticamente ha quedado monopolizada por ellos, por los medios de masas que han dominado el espectro comunicacional social durante todo el siglo XX y que a día de hoy todavía tienen una gran influencia sobre la ciudadanía. Como me interesaba reivindicar la existencia de un sujeto activo políticamente y distinguirlo del que no lo es, en esta parte he querido definir y distinguir a la «ciudadanía-público» —ciudadanos que participan activamente en la construcción de una opinión pública crítica— de la «ciudadanía-masa» —ciudadanos que no participan de la cultura cívica ni política porque carecen de actitud crítica. He tenido que buscar una explicación a la actitud pasiva de la masa y, efectivamente, la he hallado en la influencia del discurso único y uniformador de los medios de masas que, además, se ha acentuado debido a que durante las últimas décadas ha habido una tendencia a la agrupación de los medios más importantes en corporaciones oligopolísticas que acumulan grandes cantidades de audiencia y que controlan gran parte del mercado publicitario.

Otro gran problema detectado ha sido la gran cantidad de discurso persuasivo, tanto ideológico como comercial, que ofrecen los medios de masas, lo que resta veracidad a muchas de las informaciones que parten de ellos, ya sea periodística, entretenedora o publicitaria. Por ese motivo, he querido finalizar esta parte del trabajo reclamando que la información pública es un derecho fundamental recogido, entre otras constituciones, en la Constitución Española, que dice en su artículo 20.1. que los ciudadanos de este país tienen derecho a expresar y recibir información veraz.

III. «*Homo media*». En el último capítulo de este trabajo se pretende constatar la existencia de un nuevo sujeto democrático cuyo surgimiento es consecuencia del desarrollo de la sociedad en red. La primera parte del capítulo está dedicada a describir el

inicio y la evolución de internet como la tecnología que ha generado una inmensa cascada de cambios comunicacionales. Posteriormente, explico los motivos por los que la sociedad en red ha sustituido a la sociedad de la información, describiendo lo que diferencia a la primera de la segunda. Entre otras cuestiones, pretendo justificar que el sujeto de la sociedad en red tiende a formar parte de la estructura de internet e incluso que se ha convertido en el mensaje mismo.

La reflexión que abarca el capítulo nos ha llevado a sugerir que en la sociedad en red se debe reconocer a un nuevo sujeto, al que llamo «*homo media*», que es el resultado de los cambios comunicacionales que ha comportado internet. Tal tipo de sujeto se siente informado, es dialogante, redaccional, hipervisual, participativo y consumidor y productor continuo de información. Se comunica de forma activa para sentirse parte del conjunto social y cuando lo hace a través de internet está trabajando, de alguna manera, para alguna o varias de las corporaciones que controlan económicamente la red. El *homo media* tiene más mecanismos comunicacionales a su alcance para participar en la deliberación política, es decir, para discutir e introducir temas que afectan al bien común y que pueden ser tratados de forma racional, moral y ética con la intención de que acaben en la esfera pública. A través de sus acciones comunicativas, estos sujetos pueden ejercer como vigilantes y demandantes de democracia, funciones adjudicadas tradicionalmente a los medios periodísticos que, sin embargo, han ido dejando a un lado durante las últimas décadas como resultado del proceso de banalización de los contenidos periodísticos. Como consecuencia de todo ello, las estructuras de la sociedad civil de la sociedad en red son diferentes a las de las sociedades anteriores y, por ende, las estructuras de la esfera pública también lo son. Sigue siendo posible que exista un lugar desde el que se sustente la democracia, en donde se dé la concurrencia de ideas provenientes de la acción comunicativa intersubjetiva de los ciudadanos. Además la esfera pública de la sociedad en red es más plural, en ella se dan más reivindicaciones que atienden a un origen más particular y que atienden a las agrupaciones de las que puede participar un nuevo sujeto político, y que se unen durante diferentes períodos de tiempo más o menos prolongados, que denomino «momentos públicos» y que sirven para demandar alguna cuestión que les define identitariamente como grupo. La ciudadanía-pública de la sociedad civil ha cambiado, ya no es sólo aquella que se agrupa en asociaciones tradicionales democráticamente organizadas, sino que los sujetos también se pueden agrupar a través de la red de forma menos sostenida en el tiempo y menos organizada, pero aun así tener

capacidad para enriquecer la opinión pública que va a parar a la esfera pública. Por tanto, la esfera pública se está haciendo más permeable y cercana a la participación directa de los ciudadanos, dejando de ser un lugar de intercambio de ideas hasta el cual sólo se podía participar a través de mecanismos comunicacionales más rígidos y controlados que los actuales. Acabamos el capítulo afirmando que la ciudadanía-pública de la sociedad civil de la sociedad en red está más próximo a la esfera pública. En consecuencia, se deduce que la sociedad en red puede contribuir a paliar la decadencia de la esfera pública, si esta se redefine y si se incrementa la cultura cívica y la política en el seno de la sociedad civil.

1. ESFERA PÚBLICA Y DELIBERACIÓN

1.1. Introducción

Los principales objetivos del presente trabajo son saber cómo se construye y controla la democracia en la sociedad en red, si internet es realmente un instrumento que permite participar en la legitimación del poder democrático y si existe un nuevo tipo de público que participe de tales procesos. Para dar respuesta a todo ello hay que ir paso por paso. En este capítulo se indaga acerca del concepto de esfera pública con la intención de proponer un modelo normativo que sirva para la generación y legitimación de la democracia en la sociedad moderna. Si no hubiera un modelo aplicable para generar democracia teniendo en cuenta la realidad social de nuestros días, el resto de la discusión sobre cómo se legitima el poder democrático en la sociedad en red, no tendría sentido.

La esfera pública, en este trabajo, se define a partir de varias concepciones. La primera que se recoge en el presente trabajo hace referencia a una concepción «agonística» —de «virtud republicana» o «virtud cívica»— cuyo referente es el modelo de Hannah Arendt, autora que aprecia la esfera pública como un espacio en donde una élite compite por la aclamación y la inmortalidad mostrando públicamente sus virtudes, siendo los individuos adversarios. La segunda concepción de esfera pública que tratamos es la de Jürgen Habermas, inspirada en parte en el pensamiento de Kant y de la propia Arendt. El modelo de Habermas prevé que el poder se legitima a través de una deliberación en la esfera pública, a la que acceden libremente individuos que, a partir de un proceso de abstracción, discuten desde el raciocinio y como si fueran iguales.

El principal sustento teórico para el presente trabajo lo encontramos en Habermas. La razón de ello es que, a través de su modelo de esfera pública, el autor alemán consigue encontrar la relación entre comunicación y democracia. Esta cuestión ha sido históricamente fundamental para justificar la necesidad de que el público participe en una esfera en la que disponga de un sistema de comunicación no coercionado. Para Axel Honneth, Habermas sabe establecer de forma clara los vínculos entre comunicación y política:

«Habermas pudo desentrañar en la figura histórica de la vida pública burguesa una conexión entre la ganancia del conocimiento y la ganancia de libertad, conexión que desde

ese momento no abandonaría jamás la autocomprensión de las sociedades democráticas liberales». ⁴⁹

El modelo de esfera pública que Habermas entiende como ideal es el que se ha desarrollado de facto durante la sociedad burguesa. A pesar de que estructuralmente el autor lo defiende como el mejor modelo posible, también reconoce su rápida decadencia durante las sociedades industriales y postindustriales de las democracias liberales occidentales. Por tanto, hay un problema de normativización que ha tratado de ser resuelto por el propio Habermas, los seguidores y sus críticos. En cualquier caso, los modelos de Arendt y de Habermas constituyen una buena base normativa.

El capítulo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, debido a que las ideas de Arendt inspiran al propio Habermas, la disertación comienza con las reflexiones de la autora sobre la esfera pública en *La condición humana*. Posteriormente, recojo las ideas del autor alemán sobre la esfera pública, la política deliberativa y la sociedad civil, centrándome en tres obras: *Historia y crítica de la opinión pública*, *Teoría de la acción comunicativa* y *Facticidad y validez*, *La inclusión del otro* y *La constelación postnacional*. Finalizo el capítulo aportando las revisiones que hace Habermas de su modelo, junto a las críticas que recibe de otros autores que le son contemporáneos para, finalmente, establecer una propuesta de modelo normativo de esfera pública válido para cualquier sociedad que aspire a desarrollar un sistema democrático.

1.2. El concepto de esfera pública en Arendt

Las reflexiones de Hannah Arendt acerca de la existencia de la esfera pública en *La condición humana* (1958) son esenciales para poner las bases de un concepto que es trabajado posteriormente por Jürgen Habermas. Guiada por los preceptos aristotélicos, Arendt está convencida de que para que haya política debe darse la acción (*praxis*) y el discurso (*lexis*), de lo que surge la «esfera de los asuntos humanos». Éste será el lugar en donde aparecen la pluralidad humana y la trama que forman los asuntos de los individuos.

⁴⁹ Honneth, A., *op. cit.*, pág. 378.

1.2.1. Labor, trabajo y acción

Arendt aporta varios conceptos con los que describir las cualidades necesarias que debe reunir la esfera pública a partir de la que nace y se legitima el poder, y diferenciarla de la esfera privada. Uno de esos conceptos es el de *vita activa*, que, según la autora, se compone de actividades fundamentales: «labor» (*labour*), condición humana para la existencia; «trabajo» (*work*), condición humana para la mundanidad; y «acción» (*action*), condición humana para la pluralidad. Este último concepto es importante porque según Arendt «la pluralidad es la condición de toda vida política».⁵⁰

Para Arendt, la labor deja tras de sí objetos incidentales que se consumen rápidamente; su resultado se puede medir (a través de la productividad) y genera superávit (ahí es donde reside el poder de la labor, según ella). La labor de Arendt se usa para la existencia del hombre y se diferencia del trabajo porque éste añade nuevos objetos al artificio humano que, contrariamente, permanecen y contribuyen a la mundanidad. Arendt habla del *animal laborans*, que es aquél que hace labor con su cuerpo, y del *homo faber*, que es quien trabaja con la manos. De este modo, la labor puede ser productiva o improductiva y el trabajo experto o inexperto.⁵¹ Esta distinción existía en Grecia, según la autora, pero no en la Era Moderna —algo que critica firmemente. Además, Arendt aventura que:

«En una “humanidad socializada” por completo cuyo pronóstico fuera mantener el proceso de la vida, la distinción entre labor y trabajo desaparecería por entero; todo trabajo se convertiría en labor debido a que las cosas se entenderían no en su mundana y objetiva cualidad, sino como resultado del poder de la labor y de las funciones del proceso de la vida».⁵²

En cuanto a la acción, otro de los grandes tres conceptos que desarrolla junto al trabajo y la labor, Arendt insiste en que a través de ella y el discurso los hombres muestran quiénes son, revelan de forma activa su única y personal identidad y hacen su aparición en el mundo humano. Añade que la acción aparece en algún lugar determinado, que cobra existencia siempre que los hombres se agrupan por la acción y el discurso. Ese espacio de aparición precede, según Arendt, a toda formal constitución de la esfera pública.

⁵⁰ Arendt, H., *La condición humana*, Barcelona, Paidós, 2005, pág. 35.

⁵¹ Distinciones en las que Adam Smith y Karl Marx basan toda la estructura de su argumentación, según Arendt. La autora afirma que Marx sostiene que la labor (y no Dios) creó al hombre y que ésta (y no la razón) distingue al hombre de los animales. También apunta que tanto Smith, como Marx, y la opinión pública moderna critican la labor no productiva.

⁵² *Ibíd.*, pág. 113.

Los tres conceptos anteriormente definidos son los que ayudan a generar y legitimar el poder. Para Arendt, el poder tiene una clara vinculación con el compromiso de cumplir las promesas, de mantener la palabra y transformarlas en actos:

«El poder sólo es realidad donde palabra y acto no se han separado, donde las palabras no están vacías y los hechos no son brutales, donde las palabras no se emplean para velar intenciones sino para descubrir realidades, y los actos no se usan para violar y destruir sino para establecer relaciones y crear nuevas realidades».⁵³

Ese es el poder político que genera progresos para Arendt: el poder que surge de los espacios participativos en donde se encuentran las diferencias, la ambigüedad, los conflictos inevitables. El poder, así entendido, mantiene la existencia de la esfera pública. Éste surge entre los hombres cuando actúan juntos, y desaparece cuando se dispersan. El único factor material indispensable para que se dé, asegura la autora, es el vivir unido del pueblo. Pero además, el poder es lo que mantiene al pueblo unido cuando ha pasado la acción. En este sentido, apunta que quienquiera que se aísla y no participa en este «estar unidos», sufre la pérdida de poder y queda impotente, por muy grande que sea su fuerza y muy válidas que sean sus razones. Arendt advierte así de la necesidad de que el individuo aparezca en la esfera pública para compartir la acción y el discurso que, en conjunto, producirá poder, siempre que éste parta de una relación honesta entre la palabra y el hecho.

Por tanto, se entiende que la idea de poder de Arendt se centra en la capacidad de ponerse de acuerdo sobre una acción en común a través de una comunicación sin coacciones y orientada al entendimiento. Para sostener su idea, la autora desarrolla un modelo comunicativo de acción mediante el cual el poder surge de la capacidad que tienen los hombres para concertarse con los demás y actuar de acuerdo con ellos. Ella aboga por que las estructuras que conforman el espacio de aparición contribuyan a unas condiciones de dignidad de la existencia humana y que este espacio sea protegido por las instituciones políticas.

1.2.2. La esfera pública griega

Arendt recurre una y otra vez a la esfera pública griega para justificar sus argumentos. Según ella, con el nacimiento de la ciudad-estado en Grecia el hombre desarrolla una

⁵³ Pág. 226.

segunda vida (su *bios politikos*) diferente a su vida privada. La autora explica que en Grecia nos encontramos dos esferas: la de los asuntos privados (en donde se dan formas prepolíticas como el «mandar» y que es básicamente el hogar, en donde se desarrolla la vida familiar) y la de los asuntos públicos (en donde se hace política). Es en la esfera de los asuntos públicos en donde el individuo tiene su espacio de aparición pública. En ella buscará y podrá aspirar al logro sobresaliente, a la virtud, a la distinción y a la diferencia, a través de la acción / pluralidad.

Arendt manifiesta, apoyándose en Aristóteles, que la esfera pública pública no debe quedar lastrada por los conflictos del trabajo social y que las cuestiones políticas no deben mezclarse con las cuestiones socioeconómicas. Según la autora, para que el individuo pueda estar presente en la esfera pública griega debe tener una propiedad. Es decir, para participar en los asuntos del mundo, se debe poseer un sitio en él. Esta premisa hace que la esfera pública nazca, en realidad, a expensas de la esfera privada familiar. El dominio en el ámbito familiar (en donde la libertad no existe) es una condición para libertad en la esfera pública, cree la autora.

En resumen, Arendt trata de fijar las estructuras de la esfera pública y las condiciones para que ésta se dé, pero siempre tendrá como referencia las premisas de su idea de esfera pública griega. La autora denota una particular admiración e incluso se puede decir que añoranza de los modos de organización políticos griegos y critica cualquier otra forma de política que se dé en Occidente en períodos posteriores. La impresión es que Arendt logra establecer categorizaciones que pueden ayudar a distinguir el poder político legítimo, pero negándose a aceptar otra forma de política que no tenga en cuenta el referente aristotélico. Todo ello es criticado posteriormente por Habermas, quien llega a decir que Arendt desarrolla una propuesta de «vieja política».

1.2.3. Crítica a la sociedad moderna

A raíz de su reflexión sobre el poder, Arendt concluye que en la sociedad moderna se crea una oligarquía de privilegiados, un gobierno de unos pocos sobre la mayoría. De hecho Arendt avanza que la democracia representativa actual entra en crisis porque no permite la participación activa de ciudadanos y reduce su poder de decisión al día de las elecciones. La autora aventura que la política ha caído en manos de expertos, de

profesionales de la política para los que la participación de la ciudadanía representa una interferencia.

Arendt explica que la transformación de la esfera pública en la sociedad moderna se ha debido en esencia a que en el ámbito público «lo común» se ha ido diluyendo y ha acabado siendo sustituido por «lo privado». Asegura que se ha producido la confluencia de una esfera social (formada a partir del conjunto doméstico) y de una esfera política (en donde se discuten los asuntos públicos). Es decir, la emergencia de la sociedad moderna y de lo que ella califica como «administración doméstica» ha echado abajo las fronteras entre lo que en Grecia se consideraba «lo privado», por un lado y «lo político», por otro:

«Que la política no es más que una función de la sociedad, que acción, discurso y pensamiento son fundamentalmente superestructuras relativas al interés social, no es un descubrimiento de Karl Marx, sino que, por el contrario es uno de los supuestos que dicho autor aceptó de los economistas políticos de la Edad Moderna. Esta funcionalización hace imposible captar cualquier seria diferencia entre las dos esferas; no se trata de una teoría o ideología, puesto que con el ascenso de la sociedad, eso es, del “conjunto doméstico”, o de las actividades económicas a la esfera pública, la administración de la casa y todas las materias que anteriormente pertenecían a la esfera privada familiar se han convertido en interés “colectivo”. En el mundo moderno, las dos esferas fluyen de manera constante una sobre la otra, como olas de la nunca inactiva corriente del propio proceso de la vida».⁵⁴

Arendt señala también otro fenómeno que coincide con el auge de la sociedad: la absorción de la familia (núcleo del ámbito privado) por los grupo sociales (núcleo del ámbito público), siendo estos últimos a la vez absorbidos por la sociedad de masas. Así, desde la esfera de lo social se acaba controlando a todos los miembros de la sociedad de masas con idéntica fuerza. Lo siguiente que ocurre es que la sociedad, ya igualada, conquista la esfera pública. En un contexto como éste, en el que se normaliza a los miembros de la sociedad a través de la imposición de normas, se excluye la acción espontánea y el logro sobresaliente, la distinción y la diferencia (la acción / pluralidad) pasan a ser asuntos privados del individuo. El resultado es que la esfera pública se construye desde lo social, no desde lo político como cabría esperar, según ella. En síntesis, nace una nueva esfera social que crece y fagocita a otras esfera privadas y políticas.

⁵⁴ Pág. 58.

Todo ocurre desde hace tres siglos, según Arendt, porque el proceso de la vida ha sido canalizado hacia la esfera pública y porque la nueva esfera social transforma todas las comunidades modernas en sociedades de trabajadores y empleados, que acentúan la necesidad de progreso común en detrimento de los logros individuales. Por tanto, los elementos constitutivos de la esfera pública han cambiado, asumiendo patrones típicos de la esfera privada relacionados con el mantenimiento de la vida y derivando la acción y el discurso hacia la esfera privada. Por este motivo, Arendt asevera que en la sociedad de masas y de consumo el concepto de «trabajo» se ha diluido ante un predominio del concepto de «labor», ya que todo lo que hace el individuo es para ganarse la vida. De este modo, estamos ante una «sociedad de laborantes», inmersos en una cultura de masas, enraizada en el equilibrio entre labor y consumo, arrastrados por un proceso repetitivo en cuyo ciclo las cosas aparecen y desaparecen, se manifiestan y se desvanecen. La continua labor, dice Arendt, lleva a la humanidad al yugo de la necesidad y a no reconocer su propia futilidad. Para Arendt, laborar es una actividad interminable y el instrumento que se utiliza para ello debe ser un instrumento tan «vivo» como el organismo al que le sirve. En este caso, el cuerpo del individuo es el instrumento para la labor.

En este sentido, para Arendt, en la sociedad de masas lo común está en peligro. Afirma que en la esfera pública griega lo común está vinculado con la «vanagloria» descrita por Thomas Hobbes (necesidad de admiración pública) y con la realidad mundana. Sin embargo, en la esfera pública de la sociedad de masas, los hombres se convierten en totalmente privados, son desposeídos de ver y oír a los demás y de ser vistos y oídos por ellos. Están encerrados en lo que ella denomina la «subjetividad de su experiencia singular».

Pero no sólo eso. Arendt cree que la sociedad de masas acaba destruyendo la esfera pública pero también la privada, dos esferas que sólo pueden existir a partir de la coexistencia. Así concluye que la esfera pública, convertida en la esfera de la administración, anula el papel del cuerpo político, que en Grecia componían los cabezas de familia. Según Arendt, en Grecia, quien tenía una posesión (que no quien era rico) adquiría estatus de ciudadano y protección de la ley, condiciones para entrar en la esfera pública. Ser político significaba alcanzar la más elevada posibilidad de existencia humana y carecer de un lugar propio significaba no ser humano. Sin embargo, en la sociedad moderna la condición para ser admitido en la vida pública no es la propiedad sino la

riqueza privada (se entiende que quien posee riqueza queda libre para la actitud pública ya que tiene las necesidades cubiertas). La autora afirma que debido a esto la esfera pública se convierte finalmente en una asociación de propietarios que solicita el aval para acumular más riqueza, acabando ésta convertida en capital, cuya principal función es producir más capital. A tenor de ello, critica que se hable de «riqueza común» cuando lo que ocurre en realidad es que en la sociedad moderna el Estado protege a los poseedores privados y a su riqueza. Por tal motivo, cree que se han destruido las esferas pública y privada: la primera porque se ha convertido en una función de la privada y la segunda porque ha pasado a ser el único interés común que queda. Arendt llega a decir que la sustitución de la esfera pública en la sociedad moderna por una administración doméstica de alcance nacional hace que ya no prevalezca la ciencia política, sino la «economía social» o la «economía nacional».

Según Arendt, en la sociedad moderna se induce al descrédito de la acción y del discurso en particular y de la política en general. Cuando la acción, el discurso y la política quedan desvirtuados, quien gobierna puede actuar como un tirano sin que se le pasen cuentas. A pesar de ello, tiene una visión optimista:

«La instrumentalización de la acción y la degradación de la política en un medio para algo más nunca ha logrado eliminar la acción, impedir que sea una de las decisivas experiencias humanas, o destruir por completo la esfera de los asuntos humanos».⁵⁵

En consecuencia, Arendt, aunque parece que en algunos momentos denuncia la irremediable disolución de la esfera pública, acaba manifestando más bien un acorralamiento de la misma pero no su total desaparición.

1.3. La esfera pública habermasiana

Habermas realiza, en 1971, un análisis del pensamiento de Arendt que le sirve para manifestar sus propias ideas sobre la política y la generación del poder. El autor alemán se muestra en desacuerdo con buena parte de las reflexiones de Arendt pero reconoce el

⁵⁵ Pág. 251.

esfuerzo de ésta por abrir un camino hacia la discusión de aquello que compone la esfera pública y las condiciones en las que debe darse.⁵⁶

Esencialmente, revisa el análisis que Arendt hace del concepto de poder en *La condición humana*, criticando que la autora apele de manera constante al pensamiento aristotélico como marco teórico. Según Habermas, si bien Arendt hace contribuciones fundamentales en este sentido, buena parte de su pensamiento no se ajusta a la época actual.

1.3.1. El concepto de poder para Habermas a partir de las ideas de Arendt

Para definir el concepto de «poder», Habermas contrapone las reflexiones de Arendt y de Weber. Este último describe un tipo de poder que consiste en imponer la propia voluntad al comportamiento de los demás. Weber se basa en un modelo teleológico de la acción en el que un sujeto se propone un fin y elige los medios para realizarlo. Tal modelo únicamente prevé agentes que se guíen por su propio éxito y que no busquen un acuerdo. El proceso supone una instrumentalización del entendimiento y la renuncia a alcanzar un consenso desarrollado sin coacciones. Esto último sería «poder» para Weber, pero «poder instrumental», «fuerza», o «violencia» para Arendt, quien cree que cuando un agente quiere regular el comportamiento de otro siempre recurre a las amenazas, a la persuasión o a la manipulación.

Según Habermas, Arendt insiste constantemente en que ninguna dirección política puede sustituir impunemente el poder por la fuerza y que el poder sólo puede provenir de un espacio público no deformado: «Cuando el poder no es realizado, sino que es tratado, como algo a lo que se puede recurrir en caso de necesidad, se va a pique», dice Arendt.⁵⁷ En este sentido, al ser las estructuras comunicativas el único lugar desde el que puede surgir el poder, Arendt afirma que la tiranía deriva de todo orden estatal que aísla entre sí a los ciudadanos por medio de la desconfianza e impide que se intercambien públicamente las opiniones.

Para Habermas, Arendt considera que el pensamiento es verdaderamente discursivo cuando se introduce el conflicto, siendo el resultado de ello «opinión» y no necesariamente «verdad». El autor alemán se sirve de ella para decir que se puede llegar a un tipo de generalidad imparcial (que está formada por un cúmulo de imparcialidades) sin

⁵⁶ Habermas J., «Hannah Arendt», en *Perfiles filosófico-políticos*, Taurus, Madrid, 1984, págs. 200-222.

⁵⁷ *Ibíd.*, pág. 210.

que ello signifique que sea verdad. Lo que Habermas pretende es utilizar el concepto de «pensamiento representativo» de Arendt, que examina la universabilidad de los puntos de vista prácticos. Gracias a eso, Habermas llega a la conclusión de que el poder estaría anclado en el reconocimiento fáctico de pretensiones de validez resolubles discursivamente y susceptibles, en principio, de crítica.

Habermas alaba la capacidad que tiene Arendt para desarrollar una «antropología de la acción lingüística» cuando ésta analiza la forma de intersubjetividad no mermada generada a través del habla. Aprecia el uso que hace Arendt del concepto comunicativo del poder porque permite percibir fenómenos del mundo moderno, aunque a continuación proclama que cuando nos servimos de él para acercarnos a las sociedades modernas, el modelo acaba conduciendo a incongruencias. Para Habermas, estamos ante un «estrechamiento categorial» que tiene efectos positivos porque permite identificar «los contenidos prácticos del proceso político» pero a costa de extraer del proceso político todo lo que sea estratégico y llamarlo «violencia». Habermas manifiesta que Arendt no identifica la estrategia política con la misma política sino que califica la estrategia política de «apolítica», como un fenómeno instrumental. Por todo ello Habermas considera que Arendt no es capaz de aprehender los fenómenos de una violencia estructural que él sí detecta, ni de establecer de facto una relación entre la política y el entorno político y social. Él insiste: el concepto comunicativo del poder de Arendt sólo es válido si se desliga de su conexión con una teoría de la acción de inspiración aristotélica.

El autor hace una aportación en este sentido, introduciendo una nueva categorización del lenguaje que servirá para distinguir cuando estamos ante una situación de coacción y cuando no. Según Habermas, el lenguaje utilizado para mover a los otros a aceptar sin coacciones subjetivas sería de tipo «ilocucionario». Por contra, se usaría un lenguaje «perlocucionario» con el propósito de mover a los otros a que se comporten de manera deseada. La aportación que hace Habermas es decir que el poder será válido si la pretensión de los individuos es alcanzar un acuerdo de verdad. El autor considera que las convicciones pueden ser manipulables pero que no puede serlo la pretensión de racionalidad de la que subjetivamente extraen su fuerza. Considera que el acuerdo de verdad es un fin en sí mismo y no puede ser instrumentalizado para otros fines. Por tanto, concluye que el poder generado comunicativamente proviene de que los interesados se orienten en función de un acuerdo que aglutine convicciones compartidas y no buscando

cada uno su propio éxito. De ahí una de sus principales premisas sobre la esfera pública: siempre será necesaria la búsqueda de la universalización del bien común. Esta idea de la universalización del bien común ayudará a que Habermas preserve el rol del público como actor constituyente de la legitimidad democrática, cuestión que trataremos más adelante.

Habermas se manifiesta a favor de situar la acción estratégica al lado de la acción comunicativa (y no embebida por ella), de no llamarla «violencia» y de desligarla de la acción instrumental.

«En el Estado moderno (...) queda además normalizada la lucha por el poder político por medio de la institucionalización de la acción estratégica (la admisión de una posición, la competencia entre partidos y entre las asociaciones, la legalización de las luchas obreras, etc.). Estos fenómenos de adquisición y afirmación de poder han llevado a los teóricos políticos (desde Hobbes hasta Schumpeter) a confundir el poder con el potencial para una acción estratégica con éxito. Contra esta tradición, en la que también se encuentra Max Weber, Hannah Arendt puede objetar con razón que las confrontaciones estratégicas por el poder político ni son las que han suscitado ni las que mantienen las instituciones en las que están ancladas. Las instituciones políticas no viven de la fuerza (*Gewalt*), sino del reconocimiento. Pero no por ello podemos excluir del concepto de lo político el elemento de la acción estratégica. La violencia (*Gewalt*) ejercida a través de la acción estratégica vamos a entenderla como la capacidad de impedir a otros individuos o grupos la percepción de sus intereses».⁵⁸

Habermas también considera que la violencia estructural existe y que no tiene por qué manifestarse explícitamente como violencia, sino que ésta, cuando se produce lo que puede hacer es bloquear las comunicaciones en las que se forman y propagan las convicciones generadoras de legitimación. Los peligros son, esencialmente, la falta de conciencia del individuo de que está siendo coaccionado y que la violencia estructural se vuelva en contra de los que confían en ese tipo de comunicación para formar sus convicciones:

«En las comunicaciones distorsionadas por barreras sistémicas los interesados forman sus convicciones sin sentirse subjetivamente coaccionados; pero esas convicciones no son más

⁵⁸ Pág. 217.

que ilusiones; y así generan un poder que cuando se institucionaliza puede volverse contra los mismos interesados». ⁵⁹

La gran conclusión de Arendt, según Habermas, es que el poder (*macht*) que surge de la opinión se fundamenta en la capacidad de los sujetos dotados de lenguaje y de acción para hacer promesas y mantener lo prometido. La paradoja, dice Habermas, es que parece que Arendt acaba fiándose más de la figura del «contrato», más propio de la tradición del Derecho natural, que de su propio concepto de praxis comunicativa.

Habermas apunta que Arendt tiene un concepto de la praxis más marxista que aristotélico cuando dice que «el poder no lo posee nadie en realidad, surge entre los hombres cuando actúan juntos y desaparece cuando se dispersan otra vez». ⁶⁰ A pesar de ello, Habermas insiste en el exceso de sobrevaloración de la polis griega por parte de Arendt. Habermas considera que tal tesis se debe a que Arendt considera la política griega como «la esencia misma de lo político». Esto es lo que lleva a Arendt, según el autor, a construir «rígidas dicotomías entre lo público y lo privado, el Estado y la economía, la libertad y el bienestar, la actividad práctico-política y la producción, que no se ajustan ni a la moderna sociedad ni al Estado moderno».

Habermas cree que la autora está siendo víctima de un concepto de política inaplicable a las situaciones modernas cuando ella misma reconoce que el gobierno se ha transformado en un aparato administrativo, que el espacio político ha sido invadido por los asuntos sociales y que se han aniquilado el espacio público político activo y la democracia radical. Además, para Habermas no es un factible que en ninguna sociedad moderna se produzca una desvinculación entre el Estado y las cuestiones sociales. No concibe que pueda haber una «política purificada» ajena a la política social, ni que se pueda institucionalizar la libertad pública haciéndola independiente de la planificación del bienestar social.

En síntesis, según Habermas: 1) El concepto de «poder» tiene que hacerse extensivo a la competencia estratégica y a la utilización del poder en el sistema político; 2) la política no puede ser únicamente el resultado que pretende Arendt, de la praxis de aquéllos que discuten y se conciertan entre sí para actuar en común; 3) no se puede reducir la visión de la política a la competencia por el poder y al reparto del mismo sin hacer referencia a la

⁵⁹ Pág. 221.

⁶⁰ Pág. 214.

generación de poder; 4) la diferencia entre poder y violencia hace ver que el sistema político no puede distinguir entre poder y voluntad; 5) los poderosos tienen que tomar prestado el poder de los generadores de poder (idea con la que coincide con Arendt).

1.3.2. *La legitimación del poder en la esfera pública habermasiana*

Hasta el momento, en el presente trabajo, se han descrito dos conceptos de «poder», por un lado el de Arendt y por otro el de Habermas. Para Arendt, el poder surge de los espacios participativos en donde se dan las diferencias y los conflictos son constitutivos de legitimación a través de una comunicación sin coacciones orientada al entendimiento; de esta manera rechaza que cualquier tipo de competencia estratégica política pueda generar un verdadero poder. Sin embargo, para Habermas el poder emana del reconocimiento fáctico de pretensiones de validez que se desarrollan discursivamente y que son susceptibles de crítica; en este sentido para el autor alemán, la competencia estratégica política es válida para generar poder. Ahora interesa que profundicemos más en una cuestión clave: ¿Cómo puede ser legítimo el poder? Habermas trata de resolverlo dando continuidad a la idea de esfera pública de Arendt pero con las objeciones que hemos comentado, insistiendo sobre todo en que la propuesta de la autora está excesivamente inspirada en el ágora griega.

El reto para Habermas es ir más allá que Arendt; su objetivo es construir una teoría que permita legitimar el poder a través de un modelo de esfera pública para la sociedad moderna. Antes de abordar tal asunto, Habermas va a hacer una aproximación al pensamiento de Kant, especialmente a través de su escrito *Respuesta a una pregunta: ¿Qué es la ilustración?*, de 1784. En el texto, Kant sostiene que la libertad para hacer uso público de la razón (aquel uso que alguien hace de la razón como *docto* ante el gran público) es fundamental para el triunfo de la Ilustración. Por su parte, el uso privado de la razón (la utilización que le es permitida al individuo hacer de la razón de un determinado puesto civil o función pública) puede limitarse, opina el filósofo, sin que ello obstaculice el triunfo de la Ilustración.

A Habermas le llaman la atención las ideas de Kant sobre la formación del raciocinio así como su afirmación sobre que hay casos en los que la obediencia (una actitud pasiva) puede sustituir a la razón (una actitud activa). Del mismo modo, Habermas se fija en otras cuestiones que aparecen en la obra de Kant como en la unanimidad en virtud de la cual

algunos miembros del Estado tienen que comportarse pasivamente, para que el gobierno los guíe hacia fines públicos o, al menos, impida la destrucción de estos fines.⁶¹

Con el interés e inspiración que le suscitan las ideas sobre la política, la razón y la moral de Kant y las categorías de Arendt, Habermas comienza a desarrollar su teoría de la esfera pública en *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, obra publicada en 1962.

Habermas presta atención al origen, a la estructura, a la función y a la transformación de un modelo liberal de publicidad burguesa que surge a partir de la alta Edad Media europea y que, desde su punto de vista, no puede ser trasladada a otro contexto. No sólo halla su origen y la describe, sino que asevera reiteradamente que, a partir de un momento dado, existe una tendencia inequívoca a la destrucción de la publicidad burguesa. Afirma que mientras su esfera se amplía, su función va perdiendo fuerza. A pesar de ello, manifiesta que la publicidad puede ser un principio organizativo válido para el orden político.

La disertación de Habermas sobre la esfera pública pasa por una necesaria aclaración sobre el significado de «publicidad» (*Öffentlichkeit*). Habermas atiende al concepto basándose en el uso que se le da en Alemania a partir del siglo XVIII para describir la vida pública específica de la sociedad burguesa asentada como ámbito del trabajo mercantil y del trabajo social. Para el autor, «publicidad» equivale al «estado y calidad de las cosas públicas», aunque reconoce varios términos que son «versiones aceptables en diferentes contextos» como por ejemplo «vida social pública», «opinión pública», «lo público» o «esfera pública».⁶²

El autor critica la tradicional forma aleatoria con la que se utilizan los términos relacionados y la falta de delimitación categorial y subcategorial. Por ello, en primer lugar, tiene interés en aclarar el origen histórico del término, partiendo de Grecia. En Grecia la vida pública (*bios politikos*) se desarrolla en el ágora sin estar totalmente delimitada y la publicidad se constituye en la conversación (*lexis*), que toma también forma de deliberación y de tribunal, así como en el hacer común (*praxis*). La posición en la polis se basa en una posición de *oikodéspota*. Así pues Habermas describe un modelo de publicidad aristotélico del mismo modo que lo hace Arendt, reconociendo que la

⁶¹ Kant, I., *¿Qué es la ilustración?*, Madrid, Alianza Editorial, 2007.

⁶² Habermas, J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 2014, pág. 37.

fuerza normativa de tal modelo, sobre todo su patrón ideológico, ha llegado hasta la actualidad. Sin embargo, en una crítica implícita a Arendt, y aunque Habermas admite que el modelo de publicidad clásica puede ser tenido en cuenta a la hora de analizar la publicidad moderna, asevera que nunca se deben transponer ambos modelos.

Algo que hace Habermas y no Arendt es reflexionar sobre lo que ocurre con el poder durante la germinación de la sociedad moderna. Como señala Juan Carlos Velasco, para ello se traslada hasta el principio del fin de la Edad Media, con la intención de «poner de relieve a lo largo de su obra los potenciales emancipatorios y comunicativos inscritos en la propia evolución cultural y social de la modernidad».⁶³ Cuando Habermas analiza la publicidad que se produce durante la Edad Media, expone que no existe una disociación entre la publicidad y la esfera privada, como ocurría en el mundo antiguo o sucede en la sociedad burguesa. Para él, durante la Edad Media existe una «publicidad representativa», pero ésta no es una esfera de la publicidad, sino una característica de *status* que posee el señor feudal, que le hace ser merecedor de «un poder siempre elevado»⁶⁴ y que no tiene nada que ver con la delegación de la representación por parte del pueblo. La publicidad representativa está ligada al atributo de las personas: las insignias, los hábitos, los gestos y retórica... que componen un código de estricto comportamiento del noble. Dice Habermas que la Cámara de los lores inglesa, el Estado mayor prusiano, la Academia francesa y el Vaticano de Roma fueron los últimos bastiones de la publicidad representativa. Sólo la Iglesia, convertida en una corporación asistida por el Derecho público, ha sobrevivido, según él.

La disolución de todo ello se produce por medio de un proceso polarizador a través del cual los grandes poderes feudales (Soberanía, Iglesia, estamento señorial) diferencian elementos privados, por un lado, y públicos, por otro. Por ejemplo, el poder soberano se polariza porque se separan los bienes domésticos privados del señor feudal de los presupuestos públicos; en los estamentos señoriales se desarrollan órganos de poder público como los parlamentos; y los elementos artesanales evolucionan hacia la esfera de la sociedad burguesa, ámbito privado contrapuesto al Estado.

La publicidad burguesa surge de manera progresiva, a partir del siglo XIII y convive con la publicidad representativa medieval hasta inicios del siglo XIX, según Habermas. Para el

⁶³ Velasco, J. C., *Habermas. El uso público de la razón*, Madrid, Alianza Editorial, 2013, pág. 143.

⁶⁴ Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*, pág. 46.

autor, el origen de la publicidad burguesa, del nuevo orden social, se halla en el primer capitalismo financiero y comercial que se irradia desde las ciudades del norte de Italia hacia los Países Bajos y el resto de Europa. Es una forma de capitalismo temprano, conservador en lo económico y en lo político, que se instala sin problemas en el contexto de dominación feudal y que aporta un tráfico de mercancías, pero también de noticias. Al reflexionar sobre el fenómeno, Habermas aduce que el tráfico de mercancías se regula con reglas por el poder político, pero que al desplegarse horizontalmente va más allá que las formas de economías domésticas cerradas. Por tanto, con el tiempo, el capitalismo temprano acaba por descuadrar de las relaciones verticales de dependencia del sistema estamental.

Incluso cuando los nuevos procesos económicos esquivan el marco existente, el orden político no resulta afectado en un primer momento. Sin embargo, se producirá una institucionalización de los flujos de información a través de la comunicación social, por medio de la correspondencia durante el siglo XIV (favorecida por las nuevas rutas de tráfico comercial) y de la posterior aparición en el siglo XVII de una información periodística pública.

A partir del surgimiento de la correspondencia y del periodismo modernos se puede hablar de una «publicidad publicísticamente determinada»,⁶⁵ que acompaña al nacimiento de las economías nacionales y territoriales y del Estado moderno, en donde la publicidad representativa tenderá a desaparecer. Por tanto, el mercantilismo como forma económica y la información periodística tienen un papel fundamental en el desarrollo de la publicidad burguesa y del Estado moderno. Todo el proceso se desarrolla en cadena: el mercado del comercio exterior se considera una cuestión institucional y por ello se ponen en marcha recursos políticos e incluso la violencia militar, si es necesario; por otro lado, con la nacionalización de las economías urbanas se conforma la nación, con sus organizaciones burocráticas y una necesidad financiera creciente que acelera la política mercantil; a esto se le suma el nacimiento de un sistema impositivo que debe satisfacer la demanda de capital por parte del Estado; el tráfico de mercancías aumenta, y a mayor tráfico de éstas, mayor tráfico de noticias; finalmente, la esfera del poder público toma forma a través de una administración y un ejército permanente. A partir de ese momento, las personas privadas que no ostentan cargos ya no forman parte del poder público porque

⁶⁵ *Ibíd.*, pág. 55.

«público» se asimila a «estatal» y deja de hacer referencia a la «corte» representativa de una persona dotada de autoridad.

La sociedad burguesa queda definitivamente constituida a medida que va prevaleciendo el capital manufacturero de los grandes industriales que desarrollan el comercio exterior sobre el capital comercial de los artesanos locales. Con ella, la esfera privada aparece ante lo público como algo distinguible por contraposición. La actividad económica privada conecta con el tráfico mercantil que se acoge a directivas y supervisiones de carácter público con la justificación de que es una actividad de interés general. Esta es la esfera privada que, según Habermas e inspirándose en Arendt, ha caracterizado la moderna relación de la publicidad con la esfera privada, diferenciándose de la antigua y siendo engendradora de lo social.

En este contexto de inicio de la publicidad burguesa, los comerciantes no están interesados en que lleguen al público las noticias que manejan y que deben contribuir al desarrollo de su economía privada. Por ese motivo constituyen una barrera a la publicación de informaciones relacionadas con el extranjero, la corte y el comercio. Sin embargo, las noticias acabarán apareciendo porque ellas mismas se convierten en una mercancía y el periodismo se torna una actividad comercial.

En cualquier caso, la prensa es autorizada y controlada desde el poder político y sus informaciones llegan únicamente a estamentos ilustrados, entre los que está la burguesía cercana a la corte (funcionarios, juristas, médicos, curas, oficiales y profesores...), la burguesía asociada a la política mercantilista (los crecientes manufactureros y comerciantes) y la burguesía que pierde relevancia (los artesanos). Sólo la capa burguesa asociada a la política mercantilista es la que se convierte en *publicum*, abstracto oponente del poder público. Se trata del público que constituirá la publicidad burguesa y que tratará de influir en la política mercantilista, cuestión nueva para el poder público.

De este modo, Habermas describe una «zona crítica», que es la resultante de la introducción del poder público en el poder doméstico privado. En síntesis, para el autor los problemas de la esfera privada para el mantenimiento de la vida se convierten en una cuestión de interés público. En este sentido, la prensa, que ya había servido para que la Administración convirtiese a la sociedad en un asunto público, es usada ahora para las reclamaciones que desde la esfera privada se dirijan a lo público.

Finalmente queda constituida la publicidad burguesa, que es una esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público. Son ellas las que solicitan que el tráfico mercantil y el trabajo social que corresponden a una esfera privada, pero públicamente relevante, se acoja a una reglamentación concertada con el poder público. Es así como se produce una oposición entre la publicidad y el poder público que, según Habermas, se resuelve a través del raciocinio.

Un fenómeno colateral asociado a este proceso es que la esfera de la familia, que Habermas denomina «esfera íntima», queda cautiva de la esfera de mercado, a la que él llama «esfera privada». Se produce una ambivalencia, según el autor, porque dentro de la esfera privada cuesta distinguir cuándo las personas privadas se ponen de acuerdo a través de un raciocinio literario (que el autor asocia a experiencias subjetivas que permiten la autocomprensión) o del raciocinio político (que relaciona con la regulación de la propia esfera privada).

Por ello describe dos mecanismos, la publicidad política y la publicidad literaria, que juntas ayudan a conformar la publicidad burguesa y que van a permitir la emancipación de la sociedad burguesa respecto de la política mercantilista del antiguo régimen. Esto conduce a Habermas a pensar que la publicidad burguesa acaba basándose en la ficticia identidad de las personas privadas reunidas en calidad de público en sus dos roles de hombre y propietario.

El autor explica que la publicidad política surge en Inglaterra durante los siglos XVII y XVIII. Se alza como una «nueva tribuna» a la que quieren acceder las fuerzas que desean conseguir influencia en las decisiones del poder estatal recurriendo a un público raciocinante que legitime sus experiencias. La publicidad política fue fundamental para que la asamblea de estamentos se convirtiera en el Parlamento moderno, según Habermas.

Habermas deduce que sucedió primero en Inglaterra como consecuencia de un enfrentamiento desde la «esfera del capital» entre el capital comercial y financiero, con intereses restrictivos por un lado, y el capital manufacturero e industrial, con intereses expansivos por otro. Dicha publicidad política se produce, de acuerdo con él, a partir de la prensa. Asevera que el *London Journal* (1722), el periódico más importante y de mayor difusión, y de carácter gubernamental, obtuvo la respuesta de otras publicaciones. Por

otro lado, afirma que los *tories*, conservadores, crearon un periodismo político recurriendo a Bolingbroke, importante editor de la época. Habermas añade que con el surgimiento de *Craftsman* y *Gentleman's Magazine*, la prensa se convirtió por primera vez en el órgano crítico de un público políticamente racionante, en el *Fourth Estate*. Para Habermas, Inglaterra es el primer país en promulgar una Constitución con importantes elementos del Estado de derecho (*Habeas Corpus*, *Bill of Rights*). Paralelamente, manifiesta, se desarrolla una nueva relación del Parlamento con la publicidad, que acaba convirtiendo las discusiones parlamentarias en un asunto plenamente público y que quedan recogidas en periódicos como el *Times* (1785). En 1792 se habla por primera vez en el Parlamento inglés de *public opinion*. En Francia la publicidad política es reducida durante el siglo XVIII. No hay asamblea de estamentos ni periodismo político. La Constitución (1791) viene de la mano de la Revolución de 1789. En ambos países se genera un marco constitucional de carácter abstracto formado por el público, la prensa, los partidos, el parlamento y un campo de tensión de una confrontación entre autoridad y publicidad.⁶⁶

Una vez que Habermas describe el proceso de formación de la publicidad burguesa, acaba convirtiendo a ésta en su referente por varios motivos. En primer lugar, cree que la sociedad burguesa queda libre de dominación, porque parte de una esfera de tipo privado en la que las decisiones dependen del mercado, al entenderse que éste garantiza el bienestar de todos. Además, la sociedad burguesa queda protegida por el derecho ante la imprevisibilidad de las acciones, ya que rechaza las intromisiones sin autorización legal. Dice Habermas que el Estado de derecho, como Estado burgués, hace de la publicidad políticamente activa un órgano estatal con la intención de asegurar la conexión de la ley con la opinión pública. Esto hace, según él, que la publicidad se convierta en un principio organizativo del Estado:

«El Estado burgués pretende mediante la publicidad políticamente activa una organización del poder que preserve la subordinación de éste a las necesidades de una esfera privada que se presenta a sí misma como neutralizada desde el punto de vista del poder y como emancipada respecto de la dominación».⁶⁷

Habermas reivindica la importancia de la publicidad políticamente activa para la formación del Estado de derecho y, por consiguiente, para la democracia. Aprecia que en

⁶⁶ Pág. 97.

⁶⁷ Pág. 119.

las constituciones modernas nos vayamos encontrando con una articulación de las funciones de la publicidad. Según Velasco:

«Por suerte, cree encontrar en las instituciones constitucionales vigentes (la división de poder dentro del aparato estatal, la vinculación de la actividad estatal al derecho y, en particular, los procedimientos electorales y legislativos) un reflejo, al menos parcial, de las exigencias normativas de su modelo político».⁶⁸

1.3.3. Paralelismos y diferencias con la publicidad kantiana, marxista y liberal

Aparte de establecer vínculos entre la publicidad, la democracia y el Estado de derecho, en *Historia y crítica de la opinión pública* Habermas revisa las diversas interpretaciones que la publicidad puede tener en otros contextos teóricos. En concreto analiza la publicidad desde los preceptos de moralidad de Kant (que ya le había servido de inspiración), las teorías de organización de lo social de Marx y el liberalismo promulgado por Mill y Tocqueville.

Habermas describe la publicidad kantiana como un principio mediador entre la política y la moral. El autor considera que Kant, al apostar por el uso público de la razón, está convirtiendo la publicidad en un principio para la ordenación jurídica y en un método de la Ilustración. En este contexto teórico, los antagonismos son importantes, porque son de carácter natural y conducen hacia una «sociedad civil universalmente administrada de derecho».⁶⁹

Habermas concluye que Kant establece los presupuestos sociológicos necesarios para la existencia de la publicidad políticamente activa. Se centran, según él, en que la autonomía privada es posibilitada por las relaciones sociales entre los poseedores de mercancías en libertad de competición. Al público de la publicidad políticamente activa y racionante, sólo pueden acceder los propietarios privados, que quieren que la esfera del tráfico mercantil se mantenga como una esfera privada. Esa es la idea inicial de «público» para Habermas, que coincide con la de Kant. Para ambos el público debería funcionar siendo un conjunto de sujetos racionales que exijan leyes generales para su mantenimiento y que sean capaces de dejar sus intereses privados a un lado.⁷⁰

⁶⁸ Velasco, J. C., *op. cit.*, pág. 152.

⁶⁹ Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*, pág. 142.

⁷⁰ Kant, I., citado por Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*, pág. 142.

En cuanto a Marx, Habermas halla en él una serie de semejanzas con sus ideas sobre la estructura de la publicidad. Destaca su interés por distinguir la sociedad del Estado y el hombre público del hombre privado, algo en lo que ambos están de acuerdo. También coincide con Marx en la necesidad de que el sujeto se abstraiga en el momento de acceder a la publicidad. En este caso, Marx reivindica tal abstracción porque apunta que desde la abstracción surgida de la individualidad, y no del conjunto burgués, se entienden mejor los intereses ciudadanos. Otra idea fundamental en la que Marx y Habermas coinciden es que la publicidad, al dejar entrar a los no burgueses, sufrirá un declive.

En donde dejan de tener puntos en común ambos autores es en la idea de Marx en torno a la opinión pública, que éste califica de «falsa conciencia» que oculta al interés burgués, limitada por los requerimientos que se le hace al hombre privado (la propiedad y la instrucción). Para Habermas, la opinión pública burguesa es la que parte de la publicidad políticamente activa y, por tanto, es válida. Obviamente, Habermas tampoco está de acuerdo con el contramodelo que propone Marx, en el que la relación entre publicidad y esfera privada se invierte. Para el primero la publicidad parte de un individuo autónomo, mientras que para el segundo la autonomía se basa en la publicidad misma (ello le lleva a abogar por la eliminación de la propiedad privada).

Con respecto a la opinión pública, Habermas tiene más puntos en común con los teóricos liberales. Los liberales afirman que la mejor opinión pública es aquella descargada de conflictos estructurales. A partir de ella se pueden tomar decisiones en base a normas obligatorias que son necesarias para el interés general. Tanto Mill como Tocqueville exigen una extensión de los derechos políticos igualitarios entre ciudadanos a través de la opinión pública. Sin embargo, el primero, a ojos de Habermas, acaba teniendo una visión despreciativa de ésta en el momento en el que se amplía el público, ya que los intereses se vuelven más irreconciliables.

Habermas rescata de Mill y Tocqueville que, si se amplían los públicos, la opinión pública deja de ser un modo de razón contra el poder para convertirse en un medio de coacción moral, representando el dominio de la muchedumbre y de los mediocres. Tal idea será muy relevante para el autor alemán. El público, constituido en masa es, según los liberales, dirigido por líderes que se dirigen a ella bajo el impulso del momento y a través del periodismo. Añaden que, en estas condiciones, las ideas de la opinión pública son dogmáticas, provenientes de la fe, por lo que descartan la unidad de razón y opinión

pública. Por tanto, los liberales concluyen que hay que limitar el poder de la opinión pública, sometiéndola de algún modo, y le piden a ésta más tolerancia y menos crítica. Ese sometimiento se consigue a través de la influencia de una opinión pública restringida frente a una dominante, que genere un gobierno representativo en donde se recojan las ideas de los instruidos y cultivados llamados para tal tarea.

Para Tocqueville, ese público acotado debe inspirarse en los poderes corporativos de la sociedad preburguesa, ahora reunidos en las sociedades políticas, comerciales, industriales, científicas y literarias que constituyen un público que no deja coaccionar ni oprimir como un hombre en solitario. Ello equivaldría a la creación de poderes intermedios. En el fondo, a Tocqueville le preocupa, según Habermas, la generación de un gobierno paternalista que prácticamente quite a los ciudadanos el esfuerzo de pensar.

Habermas asume como propio parte del discurso de los teóricos liberales. Como apunta Albercht Wellmer, en primer lugar, está de acuerdo con la necesidad de una democracia liberal porque cree que los principios emancipadores que constituyen una sociedad basada en el libre acuerdo entre sus miembros, ya están «incrustados en las instituciones democráticas existentes, aunque, eso sí, de un modo incompleto y distorsionado, por lo que sólo cabe hacer una crítica inmanente de las mismas».⁷¹ En segundo lugar, considera como los liberales que la publicidad se desvirtúa y entra en decadencia a partir de la entrada en la esfera pública de públicos distintivos al burgués y con la aparición del público-masa a la que contribuyen los medios de comunicación social.

1.3.4. El cambio estructural y la decadencia de la esfera pública

El autor alemán profundiza en su análisis y detalla por qué cree que la publicidad burguesa sufre un cambio estructural y se desvirtúa a medida que entran públicos diferentes al burgués. Su conclusión es que produce un ensamblamiento de la esfera pública y del ámbito privado que genera un cambio estructural. Tal ensamblamiento empieza a producirse por los conflictos que plantean los mismos burgueses y se acentúa cuando se amplía el público de la esfera pública. El problema de fondo, para Habermas, es que en el campo de tensiones entre el Estado y la sociedad, en el que se desarrolla la publicidad burguesa activa y que surge desde las esferas social y privada, el ámbito

⁷¹ Wellmer, A., citado por Velasco, J. C., *op. cit.*, pág.144.

privado va a realizar demasiadas injerencias y siempre a partir de unos intereses marcados por la política neomercantilista.

Dice Habermas que ésta es la causa por la que se produce una refeudalización de la sociedad, inducida por un intervencionismo de un Estado que asume como públicos los intereses de la sociedad burguesa y que acaba transfiriéndolos a las corporaciones privadas en forma de competencias. En este fenómeno reside una de las tesis de Habermas, para quien la base de la publicidad burguesa acaba siendo destruida, haciendo además que se sustituya el poder estatal por el social.

Se trata, según él, de una «estatalización de la sociedad y de una socialización del Estado»,⁷² resultante del cambio estructural de relaciones entre esfera pública y ámbito privado, que anula las diferencias entre «público» y «privado». De facto, lo que ocurre es que deja de darse la publicidad en su forma liberal (ya no hay personas privadas reunidas en público que regulan asuntos generales). Todo ello ocurre en gran parte, según Habermas, por el cada vez mayor grado de proteccionismo estatal que, desde el tercer cuarto del siglo XIX, favorece la adopción de acuerdos oligopolísticos en los mercados, tendiendo a la concentración empresarial incluso a nivel internacional. En un contexto de competencia perfecta y de precios dependientes, el poder social se concentra en manos privadas y la sociedad se convierte en un marco coactivo resultado de distintos antagonismos. El poder queda concentrado en la esfera privada del tráfico mercantil, algo que Habermas critica abiertamente.

Paralelamente, la publicidad se convierte en un órgano del Estado, con posibilidad de que haya un acceso universal a ella, incluyendo el acceso de la masa, dotada con el derecho de intervenir en la gestión de lo político y cuya posición quedará fortalecida. Ello traducirá los antagonismos económicos a políticos, que quedarán resueltos por parte del Estado a través de una continua intervención en las esferas del tráfico mercantil y del trabajo social. Así se da que los intereses de fuerzas sociales de diversa índole, pasados por el tamiz del Estado, retroactúan sobre la propia esfera.

Además, la esfera íntima, antes en el centro de la esfera privada, retrocede a medida que empieza a desprivatizarse debido a que el mundo del trabajo y la organización cada vez son más públicos. Por tanto, desde el punto de vista de Habermas, desde finales del siglo

⁷² Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*, pág. 173.

XIX se ha tendido a que el mundo del trabajo se fije dentro de la esfera social y no de la íntima y con ello se ha producido el fenómeno del «feudalismo industrial».⁷³

De este modo, el raciocinio de lo público también se ve afectado por la refeudalización y entra en un proceso de declive que coincide con un proceso de disolución de la relación entre la privacidad y la cultura, que promueve el paso de un público culto a un público-masa consumidor de cultura. Como apunta Seyla Benhabib, en Habermas, como es lógico, influye la visión de la Escuela de Frankfurt, especialmente de Adorno, en lo que respecta a un cambio de un público «raciocinante» a uno «consumidor».⁷⁴

Yendo más allá y centrando su crítica en los medios de comunicación de masas, afirma que éstos transforman la discusión en bien de consumo a través de un proceso de mercantilización que contribuye a la destrucción de la publicidad literaria. La aparición del amarillismo y la despolitización de los contenidos de los periódicos es una consecuencia del deseo por parte de los empresarios de la cultura de maximizar los beneficios. Por tanto, el raciocinio va desapareciendo tras las decisiones de quienes seleccionan el material cultural y su forma de presentación.

Los nuevos medios de difusión social resultantes ofrecen nuevos temas. Las cuestiones relacionadas con los problemas sociales, económicos, la educación y la salud, dan paso a otros temas vinculados a los sucesos, los deportes, los eventos sociales, el ocio, al interés humano... Estos nuevos medios, con más penetración entre la audiencia, convierten al raciocinio en un intercambio de gustos e inclinaciones. Habermas llega a la conclusión de que la integridad de la esfera privada que se ofrece a los consumidores es ilusoria. Con los medios de masas la autocomprensión deja de ser literaria y se sirve de las formas en las que se presentan los servicios cultural-consumistas. El público consumidor accede, en cierta manera, a la marginación de los elementos políticos, de tal manera que la publicidad se privatiza y se centra en la notoriedad de las personas privadas, haciendo que quede limitada la capacidad subjetiva del raciocinio crítico frente al poder público.

En este contexto, subraya Habermas, los intereses privados, organizados colectivamente y difundidos por los medios de comunicación de masas, aportan conflictos a la publicidad que transforman de raíz la estructura del compromiso político. Eso conlleva que las

⁷³ *Ibíd.*, pág. 183.

⁷⁴ Benhabib, S., «Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas», en *op. cit.*

decisiones políticas se revistan de «nuevas formas de negociación». Andrew Altman, citado por Habermas, aporta el término «comunicación» para describir lo anterior. Aun así, Habermas cree que la nueva publicidad, a pesar de ser una «publicidad fabricada» y una «opinión no pública», sigue vinculada a la publicidad burguesa porque no pierden vigor sus formas institucionales de legitimación y, además, condiciona la conducta electoral de la población.⁷⁵

Para fabricar la publicidad y para que trascienda la opinión no pública, los medios de difusión de masas actúan priorizando la persuasión comercial y la ideológica, sirviendo de plataforma no sólo para el marketing comercial, sino también el político, que también se integra en el ámbito del consumo. Ambos tipos de marketing se basan en la creación de necesidades y la generación de expectativas para inducir al público a la «compra» del producto o de la opinión política. Los parlamentos, apunta Habermas, son los lugares desde donde nacen las estrategias de venta política. Esta última apreciación enlaza con las críticas al parlamentarismo esgrimidas durante la primera mitad del siglo XX. Joseph Alois Schumpeter, Max Weber, Carl Schmitt y Hannah Arendt, autores políticamente tan heterogéneos, también constatan el declive de los parlamentos como lugar primordial para la deliberación política y son fuentes de inspiración para Habermas.⁷⁶

Una vez rota, según Habermas, la «caja de resonancia» que es la publicidad burguesa, el poder despliega la publicidad frente a la privacidad. En consecuencia, el modelo de publicidad burguesa es inaplicable porque los ámbitos público y privado se ensamblan y la esfera social queda repolitizada de tal manera que no puede quedar circunscrita ni en la categoría de lo público ni de lo privado. Se mezclan los ámbitos estatalizados de la sociedad y los socializados ámbitos del Estado. Eso conduce, además, a una disolución del vínculo entre la discusión pública y la normal legal, y todo ello reforzado por los medios de comunicación de masas.

De hecho, profundiza en su crítica diciendo que en el marco en que se desarrolla el Estado de derecho, la opinión pública se convierte en una ficción, deja de ser crítica y pasa a ser una instancia receptiva de la notoriedad pública manipulativa, a la que está continuamente expuesta. Dieter Schmidtchen, citado por el autor, considera que en este punto la definición de opinión pública debe cambiar:

⁷⁵ Altman, A., citado por Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*, pág. 225.

⁷⁶ Velasco, J. C., *op. cit.*, pág. 150.

«Habría que calificar como opinión pública todos aquellos modos de conducta de grupos cualesquiera de la población que resultan apropiados para modificar o conservar las estructuras, las prácticas y los objetivos de la dominación».⁷⁷

La conclusión a la que llega Habermas en *Historia y crítica de la opinión pública* es que en la sociedad moderna se produce la casi práctica desaparición de la esfera pública, al resultar absorbida en primer lugar por el Estado, quedando confundido lo público con lo estatal, y en segundo lugar por lo privado.

Como para Habermas los medios de comunicación de masas no representan la construcción de un espacio adecuado para el ejercicio del diálogo ciudadano, su recomendación es que, en las condiciones de una democracia de masas se medie entre la opinión pública «quasi-pública» del ámbito informal y una opinión pública crítica que surja desde la publicidad interna de las organizaciones.

En resumen, sostiene que la publicidad está configurada por aquellos espacios de espontaneidad social libres de la intervención del Estado, de las regulaciones del mercado y de los medios de comunicación. En tales espacios surge la opinión pública informal, las organizaciones cívicas y todo aquello que desde fuera evalúa y critica la actividad política. El autor reconoce la posibilidad de un cambio en el ejercicio de la dominación y el poder, a la aplicación de una acción política que se ajuste a los criterios de racionalidad y de autonomía democrática.⁷⁸ Según Velasco, Habermas insiste en elaborar un marco teórico que pueda servir de orientación para el establecimiento de un modelo político demócrata-radical, a partir de la recuperación del enorme potencial emancipatorio que encierra el principio de publicidad burguesa.

Una década después, en *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío* (1973), Habermas pone el acento en las consecuencias que la transformación del capitalismo está teniendo sobre las estructuras de la publicidad.⁷⁹ El autor describe cómo la sociedad liberal da paso a una sociedad posmoderna y el capitalismo liberal se transforma en capitalismo tardío caracterizado por la concentración empresarial, la organización de los mercados de bienes, capitales y trabajo, y un Estado que interviene cuando los mercados

⁷⁷ Schmidtchen, D., citado por Habermas, J., *Historia..., op. cit.*, pág. 267.

⁷⁸ Velasco, J. C., *op. cit.*

⁷⁹ Habermas, J., *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*, Buenos Aires, Amorrortu, 1991.

se colapsan. En el desarrollo del capitalismo tardío encuentra Habermas la razón de la crisis de legitimidad del sistema político, debido a que el Estado, para cumplir con los imperativos del sistema económico, comienza a pasar por alto las reivindicaciones que provienen de la publicidad crítica. Del mismo modo, los ciudadanos cada vez ponen más en duda al poder político y las bases normativas de las acciones administrativas.

Habermas deja de responsabilizar exclusivamente a los medios de masas del deterioro de la esfera pública, tal y como hace en *Historia y crítica de la opinión pública*. Para el autor, es el mismo Estado quien contribuye a despolitizar lo público al convertirse en un instrumento complementario de la economía de mercado. Como consecuencia de todo ello ciertos agentes del Estado anteponen sus intereses privados y pretenden la manipulación de la opinión pública para conseguir una pseudolegitimación del poder. En concreto, Habermas achaca la decadencia de lo público a un uso instrumental de la esfera pública por parte de miembros de la propia Administración que están al servicio del mercado económico, que pretenden que se pseudolegitime la intervención del Estado sobre la economía y que quieren evitar el control de la ciudadanía.

En definitiva, en *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío* Habermas propone legitimar al sistema político a través de un proceso en el que prime un consenso normativo basado en la comunicación intersubjetiva de todos los interesados, que dejan en suspenso todos los otros intereses y objetivos del individuo, que acuerdan la corrección de las reglas a través de convenciones intersubjetivas mediante las cuales se discuten ideologías, que incluyen normas, valores, creencias, identidades, etc.

1.4. Hacia la reconstrucción deliberativa del concepto de esfera pública

Habermas continúa, después de *Historia y crítica de la opinión pública*, con el desarrollo de un esquema teórico que le lleve a avalar el poder generado a través de la emancipación surgida de la publicidad. Su empeño, como acabamos de comentar, es que se llegue a un consenso intersubjetivo, o dicho de otro modo y como sugiere Velasco: identificar y normativizar estructuras sociales que representen «partículas y fragmentos ya encarnados

de una “razón existente”, para luego poder reconstruirlos reflexivamente con el objeto de que resulte factible remitirse a ellos como potencial emancipador». ⁸⁰

Se puede interpretar que la posibilidad del consenso intersubjetivo será el eje central de la posterior ética discursiva y de la política deliberativa habermasiana que surgirá sobre todo de *Facticidad y validez* (1992) pero que comenzará a fraguarse en *Teoría de la acción Comunicativa* (1981). Este es el punto de partida para un segundo cambio estructural de la publicidad que dará pie a lo que se puede considerar una segunda teoría de la esfera pública de Habermas.

En este sentido, en *Teoría de la acción comunicativa* genera una teoría alrededor de las categorías «mundo de la vida» y «sistema», y que conecta con su teoría de la acción, centrada en los usos comunicativos necesarios para avalar el poder democrático. Ambas teorías contribuyen a desarrollar su idea de «democracia deliberativa».

A través de su teoría social crítica, Habermas define el «mundo de la vida» como un trasfondo de experiencias y vivencias «prerreflexivas» que dotan de sentido a aquello que se dice y de lo que el sujeto es participante, de acuerdo con Velasco. Se trata del entorno inmediato, simbólico y cultural, formado a partir de experiencias y certezas intersubjetivas, habitualmente no cuestionadas. Desde el mundo de la vida, los públicos pueden actuar comunicativamente estableciendo un marco para la comprensión y el consenso ya que éstos se encuentran tal mundo estructurado lingüísticamente.

Por contra, el «sistema», del que los públicos resultan observadores, es el entramado social en su conjunto, que se autorregula a partir de diferentes subsistemas específicos funcionalmente, siendo los más significativos para Habermas el subsistema administrativo-legal y el económico. Los agentes que componen el sistema están organizados en tales esferas de acción, y las acciones parten de cálculos interesados que persiguen maximizar la utilidad. Según Velasco, ello provoca, desde el punto de vista de Habermas, una «cosificación de las relaciones sociales». ⁸¹ Este es uno de los aspectos que más critica a través de su teoría social y que ocupa buena parte de su discurso posterior, profundizando cada vez más en la idea de que es necesario abogar por una democracia deliberativa.

⁸⁰ Velasco, J. C., *op. cit.*, pág. 142.

⁸¹ *Ibíd.*, pág. 65.

Es sobre todo a partir de la modernidad, cuando Habermas considera, en palabras de Velasco, que se produce una «colonización del mundo de la vida» por parte del sistema a través de la «intervención de la ciencia y de la técnica, del mercado y del capital, del derecho y de la burocracia», que acaban sustituyendo a los fundamentos comunicativos.⁸² Durante el proceso, las relaciones humanas se monetarizan como resultado de la búsqueda por parte de los agentes de dinero y poder.

Velasco cree que para Habermas cuestiones importantes como las preferencias y valoraciones a nivel individual, que deberían ser acordadas comunicativamente, son determinadas por el mercado, mientras que la formación de la opinión pública y la toma de decisiones fundamentales son resueltas mediante técnicas burocráticas despersonalizadas. En este contexto, el raciocinio se convierte en instrumental y pasa a contemplar «los medios necesarios para la consecución de los fines no justificables racionalmente».⁸³

El autor interpreta que el propio Habermas reconoce que las estrategias elegidas, especialmente las de la elección de los representantes políticos, conducen a un callejón sin salida. La razón que aporta Habermas, según Velasco, es que los propios mecanismos de intervención estatal empleados en las democracias representativas para paliar las crisis de legitimidad tienden a desactivar el ámbito de lo público y a fomentar la despolitización de la población.

El autor alemán acaba criticando, según Velasco, que desde el poder político se trate a los ciudadanos de forma clientelar, reduciéndolos a electores pasivos que aprueban o rechazan hechos ya consumados. Se trataría de un desprecio de la esfera pública por parte del poder. Es a partir de este momento, señala Velasco, cuando Habermas pone su empeño en definir un modelo normativo de democracia, cimentado desde la comunicación y que para el autor incluye un procedimiento ideal de deliberación y toma de decisiones: la política deliberativa.

Las reflexiones de Habermas acerca de la necesidad de procedimentar una política deliberativa que avale el poder político son posteriores a su conceptualización de la esfera pública y a su definición del sistema y mundo de la vida. Su intención es proponer un método singular y no generalizable de descentramiento del poder político. Tal método

⁸² Pág. 67.

⁸³ Pág. 68.

dista de la idea de *deliberative democracy*, introducida en el debate académico norteamericano en la década de 1980. El concepto de la academia norteamericana ha tratado de una forma particular la experiencia de la democracia constitucional, abarcando horizontes teóricos muy diferentes como la elección racional, la teoría crítica del feminismo, la teoría y la filosofía del derecho, la psicología social o la ciencia política más clásica. Sin embargo, el fin de la idea de democracia deliberativa de Habermas es que dentro de la esfera pública el espacio más reputado sea el parlamento, en el que se representa la voluntad popular, pero que el origen de la voluntad política se halle en las tramas asociativas multiformes compuestas por ciudadanos y que conforman la sociedad civil, como los partidos políticos, los sindicatos, las iglesias, los foros de discusión, las asociaciones de vecinos, las organizaciones no gubernamentales...

Con la introducción de la deliberación en la práctica de la democracia Habermas busca promover el poder comunicativo de la palabra, el poder generado por la participación, el diálogo y la deliberación pública para que pueda resultar eficiente como mecanismo resolutivo. La política deliberativa de Habermas exige, para ser llevada a la práctica, la elección de un lenguaje alternativo a la violencia que conduzca a la posibilidad de decidir a través de la palabra sobre el bien común.

Velasco entiende que, para Habermas, un requisito básico de la concepción de la democracia deliberativa es que cuando se deba tomar una decisión política aquello que diga la mayoría tiene que estar subordinado al requisito previo de una discusión colectiva que ofrezca a todos los afectados la oportunidad de defender públicamente su punto de vista mediante argumentos genuinos y negociaciones limpias.⁸⁴ Durante la deliberación, todos los actores políticos deben estar abiertos a cambiar su posición inicial si como resultado del proceso encontraran razones para hacerlo. Si la actitud descrita no se da, la discusión no es tal en realidad y lo único que existe es un trámite antes de ir a votar, antes de aplicar el poder de la mayoría. Según Habermas, en palabras de Velasco, «deliberar» no significa ratificar las posiciones ya definidas, tal y como ocurre en la mayoría de democracias existentes. Para él, tal tipo de deliberación sólo atiende a razones cuantitativas, al número de votos que recibe cada opción, e ignora la calidad de las razones que avalan la decisión tomada.

⁸⁴ *Ibíd.*

Habermas insiste, acaba diciendo Velasco, en que la democracia cualificada que se consigue a través de la deliberación surge, en concreto, a partir de la interacción comunicativa entre la formación de la voluntad formalmente articulada y la formación informal de la opinión, que dan pie a una opinión pública activa. Para llegar a ella, el proceso de interacción debe servir para crear y mejorar los canales de comunicación entre una ciudadanía crítica y el sistema político. De hecho, pone el acento en la potenciación del nivel discursivo del debate público y de ahí que cuestione el funcionamiento real de la democracia de masas, reducida a un sistema de selección de líderes como ya habían dicho Weber o Schumpeter.

1.4.1. Un tercer modelo democrático a partir del liberalismo y el republicanismo

En la búsqueda de su modelo normativo, Habermas trata de conciliar los principios del liberalismo (que entiende el Estado como guardián de una sociedad centrada en el subsistema económico) y del republicanismo (que entiende el Estado como una comunidad ética). «Por eso se puede entender el modelo de Habermas como un tercer modelo democrático», según Velasco, a través del cual el autor reclama que el compromiso básico del Estado sea garantizar las condiciones comunicativas del proceso político.⁸⁵

La reflexión sobre la política deliberativa le conduce a analizar si las élites y los ciudadanos, a partir de sus propios intereses, tienen buenas razones para contribuir con lo que normativamente se les exige en el juego legitimatorio del contexto político que ha caracterizado al siglo XX: las democracias liberales de masas. Entre otras cuestiones, conceptualiza los términos «poder social», que describe como la capacidad que tienen de imponerse intereses superiores que pueden ser perseguidos de manera más o menos racional; «poder político», que concibe como una forma abstraída de poder social, articulada de forma estable, que permite intervenciones sobre el poder administrativo; y, «poder administrativo», que define como una representación de cargos organizados en términos de una jerarquía de competencias.

En este sentido, afirma que las teorías empiristas del poder, que según él no ignoran la impregnación normativa del poder político, reducen el poder político a poder social. Habermas no se fía de tales teorías porque dice que «ciudadanos racionales no tendrían,

⁸⁵ Pág. 158.

bajo una autodescripción empirista de sus prácticas, razón suficiente para respetar las reglas del juego democrático». ⁸⁶ Por eso prefiere centrarse en la teoría de la democracia, concebida según él con intención normativa, y que trata de demostrar que las prácticas democráticas, desde la perspectiva de los participantes mismos, pueden legitimarse bajo una descripción empirista. También recurre a la teoría del derecho porque desde ella se puede afirmar que el procedimiento que representa la política deliberativa constituye la pieza nuclear del proceso democrático.

A partir de aquí hace, como decimos, una clara distinción entre los dos modelos de democracia que considera que centran la sociedad en el Estado: el modelo liberal, que tiene al Estado como guardián de una sociedad económica; y el modelo republicano, que concibe al Estado como el resultado de una institucionalización de una comunidad ética.

Para Habermas, la concepción liberal se desarrolla a partir de:

«reglas de la formación de compromisos que, a través del derecho universal e igualdad de sufragio, a través de la composición representativa de los órganos parlamentarios, a través del modo de decisión, a través de los reglamentos de régimen interior, etc., tienen la finalidad de asegurar la *fairness* de los resultados, se fundan y fundamentan en última instancia en, y desde, los derechos fundamentales liberales». ⁸⁷

La concepción liberal se basa en que el tráfico social espontáneo de las personas privadas es necesario y debe ser asegurado por el Estado. En definitiva, el eje del modelo liberal es la normación de una sociedad económica en forma de Estado de derecho que, a través de la satisfacción de las expectativas de felicidad de personas privadas implicadas en el proceso de producción económica, ha de garantizar un bien común en términos fundamentalmente apolíticos.

Por otro lado, la concepción republicana se basa en el autoentendimiento ético-político, que se apoya en un consenso de fondo inculcado por la propia cultura, «es una precomprensión socio-integradora que puede renovarse mediante el recuerdo ritualizado del acto de fundación republicana». ⁸⁸ En este caso, la opinión pública y la voluntad de los ciudadanos son el medio a través del cual se constituye la sociedad como un todo políticamente estructurado, haciendo que la democracia sea una auto-organización

⁸⁶ Habermas, J., *Facticidad y validez*, Madrid, Trotta, 2005, pág. 371.

⁸⁷ *Ibíd.*, pág. 372.

⁸⁸ Pág. 372.

política de la sociedad en su conjunto. Consecuencia de ello es una concepción de la política dirigida contra el aparato estatal.

1.4.2. Teoría del discurso, racionalidad y moralidad

Para Habermas, la concepción republicana y la liberal demandan la separación entre Estado y sociedad. A través de la teoría del discurso, establece un puente entre ambos modelos para adquirir elementos de ambas partes e integrarlos en un procedimiento ideal para la deliberación y la toma de decisiones. Habermas defiende que la teoría del discurso relaciona las consideraciones pragmáticas, los compromisos, los discursos de autoentendimiento y los relativos a la justicia. Si a ello se le suma un suficiente y veraz suministro de información relativa a los problemas, se consiguen resultados racionales o *fair*. Según esta concepción, la razón práctica se asienta en las reglas del discurso y formas de argumentación que toman su contenido normativo de la base de la validez de la acción orientada al entendimiento, y en última instancia, de la estructura de la comunicación lingüística.

Habermas vincula su idea de la teoría del discurso con el nacimiento de los estados europeos modernos, cuyo desarrollo está conectado, a su parecer, con el avance del sistema económico capitalista. Fue a partir de entonces cuando la existencia del Estado de derecho se mostró útil, según Habermas, para regular los equilibrios entre poder e intereses. Es desde ese momento cuando es posible, en palabras suyas, que se discipline el poder estatal mediante dispositivos normativos como los derechos fundamentales, la división de poderes, la vinculación a la Ley, etc.

En este sentido, y para reforzar la necesaria mediación de las opiniones no públicas y cuasi públicas desde la racionalidad que ya exigía en *Historia y crítica de la opinión pública* y en la que se basa su teoría del discurso, Habermas recurre a la definición de democracia deliberativa de Joshua Cohen:

«La noción de una democracia deliberativa está enraizada en el ideal intuitivo de una asociación democrática en la que la justificación de los términos y condiciones de la asociación procede mediante la argumentación y el razonamiento público entre ciudadanos iguales. Los ciudadanos en un orden de este tipo comparten un compromiso hacia la resolución de problemas de elección colectiva mediante razonamiento público, y

contemplan sus instituciones básicas como legítimas en tanto establecen un marco para la libre deliberación pública». ⁸⁹

Éste es, según Habermas, un concepto de la democracia que se asienta en la movilización política y en la solidaridad. En relación a ello, en el nuevo prólogo de *Historia y crítica de la opinión pública*, de 1990, trata por primera vez el concepto de «solidaridad» como «fuerza productiva de la comunicación» que puede imponerse al dinero y al poder administrativo que colonizan el mundo de la vida desde el sistema. Si bien reconoce que a través de la fuerza de la integración social que es propia de la acción comunicativa que él promulga y que parte de una «esfera de eticidad» se puede conseguir una constitución democrática, también teme que la solidaridad no se transmita inmediatamente al nivel político, sobre todo cuando hay un gran pluralismo de ideas que compiten con los mismos derechos, como ocurre en las sociedades postindustriales. Por eso defiende que su aportación de la publicidad política ofrece las condiciones comunicativas bajo las que puede realizarse una formación discursiva de la voluntad y de la opinión de un público. Todo ello conduce a pensar que los conflictos se pueden regular racionalmente, teniendo en cuenta los intereses comunes de todos los afectados. Advierte que, de lo contrario, el modelo liberal de democracia tendrá razón al decir que la compensación de los intereses en conflicto sólo puede ser el resultado de una lucha dirigida estratégicamente.

De este modo construye un enfoque ético-discursivo que liga la validez de las normas a un consentimiento constituido racionalmente por parte de todos los posibles afectados, en tanto que éstos asuman el rol de participantes en la argumentación. Y lo que es crucial: el procedimiento mediante el cual se llega al entendimiento debe ser acorde con las normas morales. Es decir, las condiciones procedimentales deben juzgarse moralmente.

¿Cómo se consigue esto en el contexto de las democracias de masas y del Estado social?, se pregunta. Para resolver la cuestión, vuelve a la idea de moral de Kant y a la definición de Estado de derecho: «El derecho tiene que garantizar el modo discursivo de acuerdo con el cual deben ejecutarse la producción y la aplicación de los programas jurídicos bajo las condiciones de la argumentación». ⁹⁰ En otras palabras, Habermas promulga una institucionalización de procedimientos legales que aseguren un cumplimiento de los presupuestos comunicativos para las negociaciones equitativas libres de coacción. En este

⁸⁹ Cohen, J., citado por Habermas J., en *Historia...*, *op. cit.*, pág. 26.

⁹⁰ *Ibíd.*, pág. 29.

proceso, la decisión de la mayoría debe tomarse sólo de un modo tal que su contenido pudiera valer como el resultado motivado racionalmente. La racionalidad y la moralidad deberían estar presente además en la manera de conformen las corporaciones parlamentarias, en las responsabilidades e inmunidades de los representantes y en pluralismo político del sistema de multipartidos. Según Habermas, este enfoque puede contrarrestar la tendencia a tratar a los ciudadanos como clientes y a que éstos adopten una mentalidad política y reflexiva ante aquello que no sean sus intereses particulares a corto plazo.

En resumen, desde la teoría del discurso, Habermas aboga por:

- «a) Poner en el centro la opinión y voluntad políticas pero sin entender la Constitución como algo secundario.
- b) Una política deliberativa que dependa de la institucionalización de los procedimientos y presupuestos comunicativos, así como de la interacción de deliberaciones institucionalizadas con opiniones públicas desarrolladas informalmente.
- c) Que las esferas públicas formen redes que compongan una sociedad descentrada. Desde los espacios públicos debe partir la soberanía popular y el sistema político debe retroalimentarse.
- d) Contar con la “intersubjetividad de orden superior” que representan los procesos de entendimiento que se efectúan a través de los procedimientos democráticos o en la red de comunicación de las esferas públicas.
- e) Que las comunicaciones no sean atribuibles a un sujeto global, que se produzcan dentro y fuera del parlamento y constituyan ámbitos públicos en los que pueda tener lugar una formación más o menos racional de la opinión pública y de la voluntad acerca de materias relevantes y necesitadas de regulación.
- f) Un flujo de comunicación entre opinión pública, los resultados electorales y las resoluciones legislativas que tenga por fin garantizar que la influencia generada en el espacio de la opinión pública y el poder generado comunicativamente se transformen a través de la actividad legislativa en poder utilizable administrativamente.
- g) El respeto a los límites entre Estado y sociedad, como en la concepción liberal, pero siendo la sociedad civil la base social de las esferas públicas, distinguiéndose tanto del sistema económico como de la administración pública.

- h) La exigencia normativa de un desplazamiento del centro de gravedad del dinero, el poder administrativo y la solidaridad que satisfagan la necesidad de integración de las sociedades modernas.
- i) Una fuerza sociointegradora de la solidaridad que pueda desarrollarse a través de esferas públicas extraordinariamente diversas y de procedimientos de formación democrática de la opinión y la voluntad, institucionalizadas en términos de Estado de derecho.
- j) El derecho como modo de regular los mecanismos de integración de la sociedad que son el dinero y el poder administrativo».⁹¹

En síntesis, lo que propone Habermas a través de la teoría del discurso y su idea de política deliberativa es avalar la legitimación del poder desde de las interacciones entre la formación de la voluntad institucionalizada en términos de derecho y las esferas públicas que tienen como base las asociaciones de una sociedad civil, que mantiene la misma distancia respecto del Estado que de la economía.

1.4.3. El procedimiento ideal de deliberación política

En *Facticidad y Validez*, Habermas promulga tres tipos de reglas para que se puedan desarrollar discursos racionales en cualquier tipo de sociedad. Se trata de reglas semánticas, pragmáticas y procedimentales. De este modo, según el autor, se puede producir un discurso con sentido en cualquier contexto. Según la regla semántica, ningún comunicante ha de contradecirse en el curso de la discusión; la regla pragmática establece que ningún interviniente debe introducir afirmaciones en las que no cree verdaderamente; y la procedimental estipula que se permite a cualquier interesado introducir sus puntos de vista en el debate. De las reglas procedimentales, Habermas especifica además que: 1) Todo sujeto capaz de hablar y de actuar puede participar en la discusión; 2) todos pueden cuestionar cualquier afirmación, introducir cualquier afirmación en el discurso y manifestar sus posiciones, deseos y necesidades; 3) a ningún hablante puede impedírsele el uso de sus derechos reconocidos en 1 y 2 por medios coactivos originados en el interior o en el exterior del discurso.⁹²

⁹¹ Habermas, J., *Facticidad...*, *op.cit.*, págs. 374 y ss.

⁹² *Ibíd.*, págs. 110 y s.

A partir de las reglas procedimentales Habermas extrae el Principio Universal (conocido como Principio U) que tiene como fin la validación de las normas morales. Según el principio:

«Toda norma válida debe satisfacer la condición siguiente: que los efectos colaterales y las consecuencias que (previsiblemente) se producirán a partir de su aplicación general a favor de la satisfacción de los intereses de cada uno, puedan ser aceptadas por todos los involucrados (y puedan ser preferidas a los efectos de las reglamentaciones posibles alternativas)».⁹³

Atendiendo a ello, Habermas considera que una norma sólo se puede validar a partir de una discusión en la que todos los potenciales afectados sean aceptados como interlocutores competentes. En caso de que no pueda llegarse a un consenso sobre la validez de una norma moral bastaría con un acuerdo mayoritario que siempre podría ser revisado a la luz de nuevas experiencias, evidencias o razones. Habermas sostiene que la ética del discurso presupone una serie de ideas morales concretas preestablecidas. Esas ideas morales son de las que el Principio U se sirve para resolver controversias que surgen de la vida en sociedad.

Como decimos, en *Facticidad y validez*, Habermas promulga un modo para argumentar y justificar las acciones, valores e instituciones en la esfera pública. Lo hace por medio de una razón de tipo procedimental que deriva de la ética discursiva y que debe culminar en la transformación de las reivindicaciones de la sociedad civil en leyes que sean la base de la democracia. La gran incógnita que se plantea posteriormente es si las formas de comunicación legítimas son institucionalizables jurídicamente, algo que él reconoce posteriormente como un condicionante.⁹⁴

Para el autor, si las leyes no son validadas intersubjetivamente, las relaciones de poder son relaciones de dominación ilegítimas, lo que significa que el derecho se puede utilizar como instrumento de violencia por parte del poder dirigente. En resumidas cuentas, debemos tener cuidado, dice Habermas, porque no todo Estado de derecho es democrático porque se puede dar la circunstancia de que la legalidad ampare órdenes institucionales y políticos no legítimos y no democráticos que, por definición, serían violentos. Esta idea será clave más adelante porque le servirá para denunciar lo que considera una violencia

⁹³ Pág. 86.

⁹⁴ Habermas, J., *La inclusión del otro: estudios de teoría política*, Barcelona, Paidós, 2008.

dentro del orden legal internacional en referencia a la ONU, el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, etc., que le resultan instituciones no democráticas no legítimas.

A partir de tales premisas, Habermas elabora el procedimiento ideal, teniendo en cuenta además que las comunicaciones políticas que se efectúan a través de la deliberación dependen de los recursos del mundo de la vida —de una cultura política habituada a la libertad y de una socialización política de tipo ilustrado, y sobre todo de las iniciativas de las asociaciones formadoras de opinión— que en buena parte se forman y regeneran de manera espontánea, o que en todo caso son difícilmente accesibles a las intervenciones directas del aparato político.⁹⁵

El autor se apoya en Cohen para fijar las reglas para el procedimiento ideal de deliberación. Lo deseable, según Habermas, parte de:

- «a) Deliberaciones efectuadas de forma argumentativa, mediante el intercambio regulado de informaciones y razones entre partes que hacen propuestas y las someten a críticas.
- b) Una idea de inclusividad y publicidad. Todos los que puedan verse afectados por las resoluciones han de tener las mismas oportunidades de acceso y participación.
- c) La exención de coerciones externas. Los participantes son soberanos en la medida en que sólo están ligados a los presupuestos comunicativos y reglas procedimentales de la argumentación.
- d) La exención de coerciones internas que puedan mermar la igual posición de los participantes. Todos tienen las mismas oportunidades de ser escuchados, de introducir temas, de hacer contribuciones, de hacer propuestas y de criticarlas».⁹⁶

Además, las deliberaciones tienen carácter político si:

- «a) Se enderezan en general a alcanzar un acuerdo racionalmente motivado y pueden en principio proseguirse ilimitadamente o retomarse en cualquier momento. Ha de ponerseles término mediante acuerdo mayoritario habida cuenta de que la coerción de las circunstancias nos obliga a decidir. La opinión mayoritaria, falible, puede servir como base racional de una praxis común “hasta nuevo aviso”, es decir, hasta que la minoría haya convencido a la mayoría de la corrección de sus concepciones.

⁹⁵ Habermas, J., *Facticidad...*, *op.cit.*, págs. 378 y s.

⁹⁶ *Ibíd.*, págs. 382 y s.

b) Se extienden a la totalidad de las materias que pueden regularse en interés de todos por igual. Son relevantes públicamente y de manera especial aquellas cuestiones relativas a la desigual distribución de aquellos recursos de los que depende en la práctica el ejercicio de iguales derechos de comunicación y participación».⁹⁷

Según Habermas, una comunidad de ciudadanos sería toda asociación que institucionalice tal procedimiento con el fin de regular democráticamente las condiciones de su convivencia. En última instancia añade que lo que asocia a los miembros de la comunidad jurídica es «el lazo y vínculo lingüístico que mantiene unida a toda unidad de comunicación».⁹⁸

Las corrientes de comunicación fluyen, en principio ilimitadamente, a través de las esferas públicas organizadas en el interior de las distintas asociaciones, las cuales constituyen a su vez ingredientes informales de la esfera pública general. En este sentido, la totalidad de tales esferas constituye un «complejo salvaje» que no se deja organizar en conjunto. A causa de su estructura anárquica la esfera pública general resulta, por una lado, mucho más desprotegida y expuesta a los efectos de represión y exclusión provenientes de la desigual distribución del poder social, al poder estructural y a la comunicación sistemáticamente distorsionada. Pero por otro lado, la esfera pública general tiene la ventaja de ser un medio de comunicación «no restringido», en el que los nuevos problemas pueden percibirse de forma más sensible, los discursos de autoentendimiento pueden efectuarse de forma más extensa y expresiva, y las identidades colectivas e interpretaciones de las necesidades pueden articularse de forma más espontánea que en los espacios públicos regulados por procedimientos como los parlamentos.

El autor sostiene que la formación de la opinión y la voluntad, estructurada formalmente en términos democráticos, depende del flujo de opiniones públicas informales que, en el caso ideal, se forman en las estructuras de una esfera pública que mantiene su espontaneidad. La esfera pública tiene, por su parte, que poder apoyarse en una base social en la que los iguales derechos de ciudadanía hayan cobrado eficacia social. Según él:

⁹⁷ Pág. 383.

⁹⁸ Pág. 383.

«La solución comunicativa de estos conflictos constituye en una sociedad secularizada, que ha aprendido a habérselas de forma consciente con su propia complejidad, la única fuente para una solidaridad entre extraños que hacen renuncia de la violencia y que, al regular cooperativamente su convivencia, se conceden también mutuamente el derecho de permanecer extraños los unos a los otros».⁹⁹

En la actualidad y salvo algunas excepciones, las sociedades tienden a ofrecer un contexto más favorable a la formación de comunidades que desarrollen el proceso deliberativo descrito por Habermas. Son las «sociedades modernas, dinámicas y pluralistas»¹⁰⁰ o también llamadas «sociedades altamente desarrolladas de occidente», como las llama Honneth.¹⁰¹ En ellas, la renta per cápita es relativamente alta, hay un crecimiento a largo plazo del producto social, se da una forma de producción centrada en la economía de mercado con una progresiva disminución de la importancia relativa de los sectores primario y secundario, se observa un grado relativamente alto de urbanización, de formación, una mortalidad infantil en descenso, una creciente expectativa media de vida, etc. Son, según Robert Dahl, sociedades en las que hay unas «condiciones sociales favorables para una domesticación del poder social y del monopolio estatal de la violencia en términos de Estado de derecho».¹⁰² Se caracterizan, añade Dahl, por una distribución policéntrica del poder, de la influencia de la autoridad y del control desde cualquier centro único hacia una variedad de sujetos, grupos, asociaciones y organizaciones, y fomenta actitudes y creencias favorables a las ideas democráticas:

«La descentración del poder tiene que ir asociada con una cultura política liberal apoyada por los correspondientes patrones de socialización (...) Sólo en el marco de tal cultura política puede tolerarse y derimirse sin violencia las tensiones subculturales».¹⁰³

Teniendo como marco tales tipos de sociedad, Habermas recoge el procedimiento de Dahl para operacionalizar la toma de decisiones vinculantes que sean en igual interés de todos y que, en principio, se pueden desarrollar en las sociedades modernas, dinámicas y pluralistas, a partir de cinco premisas: 1) La inclusión de todos los afectados; 2) oportunidades igualmente distribuidas e igualmente eficaces de participación en el proceso político; 3) igual derecho a voto en las decisiones; 4) el mismo derecho a la

⁹⁹ Págs. 385 y s.

¹⁰⁰ Pág. 395.

¹⁰¹ Honneth, A., *op. cit.*, pág., 339.

¹⁰² Dahl, R., citado por Habermas, J., *Facticidad...*, *op.cit.*, pág. 395.

¹⁰³ *Ibíd.*, pág. 395.

elección de temas y en general al control del orden del día; 5) una situación tal que todos los implicados, a la luz de informaciones suficientes y de buenas razones, puedan formarse una comprensión articulada de la materia necesitada de regulación y de los intereses en conflicto.

A pesar de que las sociedades a las que nos referimos permiten un contexto favorable a la democratización, «los cinco criterios señalados no los cumple suficientemente hasta ahora ningún orden político».¹⁰⁴ Más bien, durante la sociedad de masas, se han desarrollado «poliarquías», que son el resultado de una especie de cuello de botella de poder causado desde el mismo poder y que se basa en el control de la información. Se produce cuando se impide a los ciudadanos a hacer uso del necesario saber de expertos, del saber especializado, para la formación de sus opiniones. Ello da paso a un monopolio del saber. El acceso privilegiado a las fuentes del «saber de control y regulación» estaría posibilitando un tácito y subrepticio modo de dominación sobre un público de ciudadanos mediatizado, apartado de esas fuentes, nutrido sólo de política simbólica.¹⁰⁵ Por tanto, en la sociedad de masas difícilmente se ha podido aplicar de forma válida la democracia discursiva. Como bien apunta él mismo, la ausencia de democracia discursiva supone que la sociedad siga siendo víctima de una represión ejercida desde el poder político.¹⁰⁶

1.4.4. Democracia inclusiva

Con posterioridad a *Facticidad y Validez* Habermas continua con su reflexión acerca de cómo deben ser las estructuras de la publicidad. El autor no abandonará la premisa de que la publicidad que surja de la sociedad civil debe ser la base de la democracia. Sin embargo, se da cuenta de que su modelo reducía la posibilidad de acceso a determinados sujetos o puntos de vista que ahora le parecen indispensables. Es por ello que, partiendo de su teoría de democracia deliberativa, en *La inclusión del otro* (1996) promulga un modelo de democracia inclusiva.

En esta ocasión, reconoce la validez de distintos puntos de vista sociales, políticos, históricos, lingüísticos y religiosos. La aceptación de la diversidad ética, nacional y cultural torna primordial en el modelo, pero deberá quedar siempre supeditada a los

¹⁰⁴ Pág. 394.

¹⁰⁵ Velasco, J. C., *Habermas. El uso público de la razón, op. cit.*

¹⁰⁶ Habermas, J., *Entre naturalismo y religión*, Barcelona, Paidós, 2006.

principios procedimentales universalistas, racionales y morales ya expuestos en *Facticidad y validez*.

Aparte de ello, dentro de su nueva propuesta, Habermas reclama especialmente el cumplimiento de dos premisas: por un lado, la vigencia y fortalecimiento del Estado-nación como instrumento para dar respuesta al pluralismo; por otro, el mantenimiento de la identidad personal y el reconocimiento del otro. Cada individuo necesita de las tradiciones intersubjetivas compartidas y de una comunidad que conforme su identidad y ambas deben quedar protegidas por el derecho.¹⁰⁷

Por tanto, lo que hace el autor es acabar de dotar a su modelo de democracia de una pluralidad que no se le había dejado de demandar desde la publicación de *Historia y crítica de la opinión pública*, tema que queda definitivamente resuelto.

1.4.5. Posibilidad de una política interior mundial

Más adelante, Habermas abre una profunda discusión sobre la posibilidad del establecimiento de una esfera pública transnacional. En principio, para el autor, la configuración de una opinión y voluntad ciudadana global sería posible porque la esfera pública no requiere de la existencia previa de una política, etnia o comunidad definida. Por tanto, en *La constelación postnacional* (1998) ve factible la instauración de una democracia deliberativa transnacional, a nivel europeo e incluso mundial, que se caracterizará por ser plural en identidades y multicultural.¹⁰⁸ No obstante, a pesar de que cree que pueden darse procesos deliberativos a nivel mundial, Habermas no considera que se den las circunstancias comunicacionales apropiadas para la creación de un Estado planetario. Para él, los canales comunicativos existentes no permiten la creación de un marco comunicativo para la formación de discursos y voluntades globales y su traslación hacia ese hipotético Estado mundial.

En lugar de ello, el autor sí reconoce como factible una política mundial que utilice los canales comunicativos y los marcos jurídicos ya existentes, legitimada desde el interior de los propios estados. En pocas palabras, realiza una propuesta de formación de una política interior mundial legitimada democráticamente por las sociedades civiles nacionales, que evaluarán las acciones de sus propios estados. De este modo, Habermas reconoce que se

¹⁰⁷ Habermas, J., *La constelación postnacional. Ensayos políticos*, Barcelona, Paidós, 2000.

¹⁰⁸ Habermas, J., *La inclusión...*, *op. cit.*

puede dar un tipo de esfera pública transnacional, aunque prefiera no llamarla así. Su función no residiría en legitimar y controlar a un Estado mundial ni a las instituciones supranacionales, sino en controlar determinadas acciones por parte de los estados que podrán ser legitimadas o no en las esferas públicas nacionales.

Como hemos decimos, Habermas cree que los flujos de comunicación entre las esferas públicas informales y formales no acaban de funcionar a nivel supranacional, impidiendo que se pongan sobre la mesa problemas sociales relevantes. Lo que ocurre, según él, es que a nivel supranacional se da una opinión pública fragmentada.¹⁰⁹

Se podría pensar como Habermas y decir que los cuantiosos y rápidos flujos de información a nivel mundial difícilmente sirven para validar los procesos de legitimación política. Sin embargo, tal aseveración se puede cuestionar porque con ella Habermas insinúa únicamente los límites cognitivos del ser humano, sin especificar a partir de qué momento un sujeto ya no puede asumir la información necesaria para proceder a la deliberación.

No es de extrañar, pues, que Habermas considere en un primer momento que internet — como el resto de medios de comunicación— no sirve para la deliberación política. Para él, la globalización informativa y el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación causan una especie de cortocircuitos por sobrecarga en la esfera pública. Por otro lado, aunque reconoce que internet ayuda a generar espacios públicos, afirma que éstos son de carácter local y tienden a la endogamia, porque están desconectados entre sí.¹¹⁰ Lo que ocurre es que tal crítica la realiza a mediados de 1990, cuando todavía internet no había adquirido su configuración distribuida actual, sino que era una red descentralizada y, efectivamente, los flujos comunicativos podían no salir de determinadas redes / esferas.

A pesar de ello, Habermas describe internet como el medio de comunicación más polivalente y que mejor se adapta a las aspiraciones comunicativas humanas, del mismo modo que también reconoce la incapacidad de prever qué influencia tendrá todo ello en la conformación de la realidad, en cuya construcción los sujetos participan de forma continua y masiva gracias al nuevo medio.

¹⁰⁹ *Ibíd.*

¹¹⁰ *Ibíd.*, pág. 98.

1.5. Sociedad civil, comunicación y público

Volvemos de nuevo a retomar las reflexiones de Habermas en *Facticidad y validez* para profundizar en la relación entre la sociedad civil y la legitimación y el control del poder desde la esfera pública. Para el autor es en la sociedad civil, forma institucional de la ciudadanía crítica que queda constituida por el público, en donde se dan la acción comunicativa y la política deliberativa que ayudan a definir y a fiscalizar la agenda pública. Por tanto, la legitimación democrática del poder político sólo es posible si existe la sociedad civil.

Como hemos apuntado anteriormente, Habermas cree que el núcleo de la sociedad civil lo constituyen asociaciones voluntarias que están fuera del ámbito del Estado y de la economía «desde iglesias, asociaciones culturales, academias, medios de comunicación independientes, clubs de debate, asociaciones profesionales, partidos políticos, sindicatos...».¹¹¹ Además, atribuye a tales asociaciones la responsabilidad de mantener y redefinir las fronteras entre la sociedad civil y el Estado por medio de la promoción de la igualdad social, de la libertad y de la reestructuración y la democratización de este último.

En *Facticidad y validez*, Habermas argumenta que la esfera pública es sostenida por la sociedad civil, identificándola con el mundo de la vida. El autor da más importancia a los procesos comunicativos informales y no organizados que parta de lo que él considera el núcleo de la democracia y puedan generar una infraestructura de publicidad informal que acabe siendo formal.

Habermas apunta que la base asociativa que constituye el sustrato organizativo del público general puede recibir e intercambiar información a través de encuentros comunicativos episódicos en espacios físicos. Pero para el intercambio de información no es estrictamente necesaria la presencia física; también se puede recurrir a un intercambio virtual, tradicionalmente con los medios de difusión como intermediarios. Este intercambio de información de forma virtual llega a un público más diseminado, que a su vez puede hacer aportaciones a la sociedad civil. De este modo, el espacio de la opinión pública generaliza su estructura, haciéndola física y/o virtual.

Las estructuras de comunicación de la esfera pública permiten al público asumir la responsabilidad de la formación de la opinión pública y le alivian de la necesidad de

¹¹¹ Habermas, J., *Historia..., op. cit.*, pág. 33.

tomar decisiones políticas, quedando éstas aplazadas y reservadas a las instituciones encargadas de tomarlas. En este sentido, las opiniones focalizadas del público son el resultado del desarrollo de informaciones y razones que se convierten en opinión pública por la forma como se producen y el amplio asentimiento por el que vienen sustentadas. Ya habíamos indicado anteriormente que para el autor la opinión pública no es un agregado de opiniones individuales que se hayan manifestado privadamente ni deben confundirse con el resultado de los sondeos de opinión. Para Habermas, la opinión pública se forma ahora como resultado de una controversia más o menos exhaustiva en la que las propuestas, las informaciones y las razones puedan elaborarse de forma más o menos racional. De ahí su carácter legitimador.

Como decimos, el núcleo de la esfera pública lo ha formado tradicionalmente una trama asociativa no-estatal y no-económica, de base voluntaria, que ha anclado las estructuras comunicativas de la esfera pública en la sociedad. Para él, la sociedad civil se ha nutrido de estas asociaciones, organizaciones y movimientos surgidos de forma más o menos espontánea, que han ido recogiendo la resonancia que se encuentran en el ámbito de la vida privada, condensándola y elevando su volumen para transmitirlo al espacio de la opinión pública. Según John Dryzek, se han convertido en influyentes *discursive designers* que han sustentado sus formas de organización en una comunicación continua y duradera.¹¹² Para Jean Cohen y Andrew Arato han contribuido a la institucionalización del procedimiento para la formación de la democracia.¹¹³

Las asociaciones civiles que define Habermas deben estar deslindadas del Estado, de la economía y de otros subsistemas funcionales sociales, y conectar y retroalimentarse con y desde los ámbitos privados básicos del mundo de la vida. Además deben atender a lo siguiente: a) Pluralidad: acoger a familias, grupos informales y asociaciones voluntarias cuya diversidad y autonomía permitan una variedad de formas de vida; b) publicidad: ser instituciones culturales y comunicativas; c) privacidad: constituir un ámbito de autodesarrollo individual y de elección moral individual; y d) legalidad: partir de estructuras de leyes generales y derechos básicos necesarios para deslindar esa pluralidad, privacidad y publicidad, por lo menos respecto del Estado y, tendencialmente, también respecto de la economía.¹¹⁴ Por otro lado, se tienen que poder acoger a los derechos

¹¹² Dryzek, J., citado por Habermas, J., *Facticidad...*, *op. cit.*, pág. 447.

¹¹³ Cohen, J., y Arato, A., citados por Habermas, J., *Facticidad...*, *op. cit.*

¹¹⁴ *Ibíd.*, pág. 448.

fundamentales que garantizan el acceso a las mismas, a la libertad de asociación, a la libertad de opinión, a la libertad de prensa, y al derecho a desarrollar una actividad publicística libre, quedando protegidas para que las opiniones vertidas desde ellas compitan unas con otras y contribuyan a una diversidad de opiniones que resulte interpretativa.

Las comunidades pueden enriquecer a los movimientos sociales que ponen sobre la mesa temas cuya relevancia afecta a la sociedad global, definen problemas y hacen contribuciones para la solución de los mismos, suministran nuevas informaciones, interpretan de otro modo los valores, movilizan buenas razones, denuncian las malas... Pueden ayudar a crear una revulsión que cale en la mayoría y que cambie los parámetros a través de los que forma la voluntad política organizada y se ejerza presión sobre los parlamentos. También pueden tratar de mantener las esferas públicas en las que se desarrollan, de crear contra-esferas públicas, contra-instituciones, de fijar nuevas identidades colectivas, ampliar los derechos y reformar las instituciones. De hecho, pueden favorecer a la democracia radical si parten de un mundo de la vida ya racionalizado en el que la cultura política está acostumbrada al ejercicio de las libertades, de la socialización y hay una base de una esfera de la vida privada que mantiene su integridad. Como indican Cohen y Arato:

«La combinación de asociaciones, públicos, y derechos, cuando vienen sustentados por una cultura política en la que iniciativas y movimientos independientes mantienen una opción política legítima y siempre renovable, representa, en nuestra opinión, un efectivo conjunto de baluartes en torno a la sociedad civil dentro de cuyos límites puede reformularse buena parte del programa de democracia radical».¹¹⁵

Yendo un poco más allá, Habermas expone tres modelos de Roger Cobb, Jennie-Keith Ross y Marc Howard Ross que describen quién puede poner los temas en el orden del día y determinar la dirección de las corrientes de comunicación: «*inside acces model*», «*mobilization model*», «*outside initiative model*».¹¹⁶ Tales modelos representan, desde el punto de vista de la teoría de la democracia, las posibilidades que se dan en la recíproca influencia entre esfera pública y sistema político. En el primer caso —*inside acces model*— la iniciativa parte de quienes ocupan cargos o los líderes políticos y se queda dentro del sistema político, sea con exclusión de la esfera pública, sea sin influencia

¹¹⁵ Cohen, J., y Arato, A., citados por Habermas., J., *Facticidad...*, *op. cit.*, pág. 451.

¹¹⁶ Cobb, R., Ross, J. K., y Ross, M. H., citados por Habermas, J., *Facticidad...*, *op. cit.*, págs. 460 y ss.

reconocible de la misma. En el segundo —*mobilization model*— la iniciativa parte del sistema político pero los agentes de éste tienen que movilizar la esfera pública porque necesitan el apoyo de parte relevante del público. En el tercer caso —*outside initiative model*— la iniciativa la tienen las fuerzas externas al sistema político, que, con la ayuda de una opinión pública movilizada, obligan a que se traten formalmente los temas. A través del tercer modelo se trata de hacer extensivo el interés por el asunto a un número lo suficientemente grande de otros grupos como para introducir el tema en la agenda pública con la finalidad de crear la presión suficiente sobre quienes han de tomar decisiones para hacer que el asunto entre en la agenda formal a fin de que se lo someta detenidamente a consideración.

La sociedad civil ha quedado tradicionalmente condicionada por los intermediarios comunicativos —los medios de difusión masivos— y ha sido observada por distintas instituciones especializadas en estudios de opinión y de mercado, vinculadas a los poderes políticos y económicos. Por ello ha sido invadida por la propaganda, la publicidad y la labor de captación de partidos políticos y todo tipo de asociaciones. Ha habido continuos intentos de apropiarse de la sociedad civil por parte de ciertos agentes que han perseguido reforzar o avalar un cierto poder.

En relación a esto, y centrándonos en lo político, cuando las instituciones que deben actuar políticamente ignoran el papel de la sociedad civil y de la opinión pública que de ésta surge y se centran en influir continuamente sobre ella para conseguir su favor y su control, ocurre el proceso inverso al de la política deliberativa: el poder político toma decisiones que no están legitimadas desde la opinión pública, sino que están inducidas estratégicamente desde grupos concretos que representan intereses en su mayoría privados; posteriormente, el poder político trata de convencer a la opinión pública para que avale las decisiones tomadas a priori. Por tanto, tradicionalmente en la sociedad civil ha existido una parte de la ciudadanía sobre la que se ha logrado influir por medio de estrategias que han pretendido satisfacer intereses de grupos privados, haciendo que quede sesgado el proceso para la legitimación del poder enmarcado en la institucionalización del proceso para formar la democracia. Esta estrangulación de la comunicación pública espontánea es una amenaza para la democracia, ya que puede destruir la racionalidad comunicativa y afectar especialmente a modos de vida solidarios,

contribuyendo a la disgregación de grupos sociales, de asociaciones y de redes de comunicación, y a la imposición doctrinaria de identidades sociales.

1.6. Propuesta de esfera pública para una sociedad democrática

Hasta el momento hemos visto que Arendt concibe la esfera pública como un espacio de aparición para el intercambio de opiniones, en donde se debe diferenciar claramente entre lo público y lo privado y en donde la acción es concertada. Por otro lado, Habermas, cuando describe un modelo ideal de esfera pública, reivindica la importancia del público, define la publicidad como un principio organizativo del Estado y garante de la legitimidad, señala que el poder debe legitimarse de forma no coactiva, quedando libre de dominación, y que debe haber un predominio del raciocinio y del consenso intersubjetivo. También hemos tratado cómo Habermas hace un diagnóstico poco halagüeño de su propio modelo, diciendo que la estatalización de la sociedad y la socialización del Estado, la fabricación de una publicidad basada en una opinión no pública (resultado de la existencia de unos medios de comunicación orientados a la persuasión) son fenómenos que se van dando en perjuicio de la esfera pública. El resultado de ello, apunta Habermas, es que la publicidad se ha convertido en un órgano más del Estado. Es por ello que, como hemos visto, el autor alemán revisa su modelo, reconociendo que la opinión pública está fragmentada, haciendo énfasis en la necesidad de fomentar la deliberación y el debate y de conciliar la opinión pública informal que surge de la sociedad civil con la opinión pública formal, y estableciendo que la función de la publicidad debe ser la legitimación del poder, pero también el control del mismo.

En cualquier caso, la propuesta de esfera pública habermasiana contempla siempre cuatro aspectos básicos: que los interlocutores de la esfera pública mantienen sus diferencias de estatus y deliberan como si fuera iguales; que la deliberación debe centrarse en el bien común; que es necesaria la separación entre sociedad civil y Estado; y que las esferas públicas deben estar eficazmente conectadas entre ellas y debe darse un flujo comunicativo no coercionado.

Sin embargo, autores como Honneth, Fraser, Sassi, Eley, Benhabib, Mouffe, Butler, Terranova y Deutsche manifiestan que el modelo de Habermas no se ajusta a los fenómenos de nuestros tiempos. A pesar de que los teóricos estiman como indispensable

la idea de esfera pública habermasiana para la discusión sobre la legitimación del poder en la democracia, se han propuesto continuas reformulaciones de la misma porque, como afirma Fraser, se considera que tal concepción no es aplicable especialmente a partir de las condiciones políticas de finales del siglo XX, basadas en un Estado del bienestar generado por la democracia de masas.¹¹⁷ En parte, ya hemos visto como el propio Habermas va reformulando su teoría, por ejemplo proyectándola al ámbito transnacional o reconociendo la fragmentación del público.

A continuación desarrollo aquellas características que, desde mi punto de vista, debería tener la esfera pública en una sociedad que pretenda ser democrática. Inspirándome en Habermas diré que la esfera pública ha de servir como caja de resonancia que actúe como un sistema de avisos para problemas que requieren ser atendidos por el sistema político y que no puedan ser resueltos en otra parte. Sin embargo, haré hincapié en cuestiones como la necesidad de que exista una diversidad de esferas y de públicos, que se contemplen las relaciones personales y económicas de éstos, y que los conflictos se conciban como constitutivos de la democracia.

1.6.1. Capacidad de establecer agenda y de control

La esfera pública habermasiana destaca por ser un modelo que aspira a problematizar reivindicaciones que parten de la sociedad civil y a controlar al sistema político responsable de resolver tales conflictos. Tal rasgo debe ser básico para un modelo normativo que aspire a servir para la legitimación de la democracia, como dice Habermas:

«La esfera pública debe reforzar la presión ejercida por los problemas, no solamente percibir e identificarlos, sino también tematizarlos de forma convincente e influyente, proveerlos de contribuciones, comentarios e interpretaciones, y dramatizarlos para que puedan ser asumidos y elaborados por el complejo parlamentario».¹¹⁸

La esfera pública ha de estar orientada al entendimiento y relacionada con la acción, el actor, el grupo o el colectivo. Se debe concebir como una red para la comunicación de contenidos y de opiniones, que filtra y sintetiza las tomas de postura; no se debe entender ni como una institución, ni como una organización, ni como un entramado de normas, ni como la representación de un sistema. En definitiva, es útil para que, a través de una

¹¹⁷ Fraser, N., «Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy», en *op. cit.*

¹¹⁸ Habermas, J., *Facticidad...*, *op. cit.*, pág. 439.

acción comunicativa que utiliza el lenguaje natural y que permite interacciones simples, queden conectados los sistemas especiales de acción (como la familia, la escuela y la religión) y de saber (como la ciencia, la moral y el arte) que existen dentro del mundo de la vida descrito por Habermas. En cuanto a las cuestiones políticas relevantes, la esfera pública deja su elaboración al sistema político que debe ser controlado por la sociedad civil.

Por otro lado, la participación en la vida pública democrática y, con ella, el ejercicio de la libertad requieren de la solidaridad, es decir, de la decisión individual de poner en determinados momentos los objetivos privados por detrás del bienestar común, para trabajar cooperativamente con otros en pos de una mejora de las condiciones sociales de vida. Los motivos para tal compromiso público provienen de las fuerzas cohesivas en las que se basa la solidaridad, que obliga a los miembros a sentirse responsables unos por otros y, en caso necesario, a hacer sacrificios. Por consiguiente, de acuerdo con Honneth, la existencia de una cultura política que alimente y aliente sin pausa tales sentimientos de solidaridad es el requisito elemental de una vitalización e, incluso, de una puesta en vigor de la vida pública.¹¹⁹

1.6.2. La sociedad civil, lugar desde el que parte la deliberación

La sociedad civil, desde la que se constituye el público, es un actor fundamental de la democracia. Como ya hemos apuntado a través de Habermas, la forma democrática de legitimación del poder sólo es posible si existe esa sociedad civil democrática que politiza y fiscaliza la agenda pública y que queda claramente separada del Estado.

El problema es que la categoría de «vida pública» se ha ido fundiendo con el concepto de «sociedad civil». Tradicionalmente, se ha tendido a identificar la opinión de los personajes públicos pertenecientes a los poderes políticos y económicos y aupados por los medios de masas, con la opinión pública de la sociedad civil. La actitud de los medios de difusión de masas, serviles en algunos casos con los poderes políticos y económicos a los que otorga casi en exclusiva el protagonismo público, ha arrinconado a la sociedad civil, mermando su capacidad para actuar como punto de partida de la legitimación de la democracia. Desde el punto de vista de Honneth:

¹¹⁹ Honneth, A., *op. cit.*

«Así, de los muchos requisitos para la esfera pública, sólo quedaban las asociaciones civiles y los foros ciudadanos más o menos organizados, sin que estuviera claro cómo podrían estos, por sí solos, estar en condiciones de romper el poder de los medios y luchar contra las discriminaciones sociales que continuaban existiendo».¹²⁰

Por ello, según Honneth, la existencia y la revitalización de la sociedad civil es sumamente importante, del mismo modo que es primordial diferenciarla de la vida pública. El autor también considera que, si bien el público que constituye la sociedad civil debe estar en el centro de la deliberación política y mantenerse separado del Estado, las coerciones que se produzcan sobre la misma por parte del sistema político y/o mediático variarán en función del tipo de sociedad democrática que se dé. Además apunta que las circunstancias históricas invitan a pensar que hay modelos de democracia en donde la sociedad civil ha sido objeto de más injerencias que en otros. Lo ideal, según él, es detectar de dónde parten las coerciones y cómo se producen para que el Estado de derecho garantice la clara separación entre el Estado y la sociedad civil y que ésta sea realmente el lugar desde donde nace una deliberación política no restringida.

1.6.3. Inclusión de diversos públicos

La deliberación pública habermasiana propone la asunción de un rol nuevo, el del público, que tendrá unas características muy determinadas. El público de Habermas tiene que ser potencialmente universal en sus pretensiones y para ello debe poner en suspenso el resto de roles —de clase, de género, de cultura, etc.— a la hora de argumentar. Habermas quiere mantener el rol de ese público como actor constituyente de la legitimidad democrática. Cree que la única manera de conservarlo es preservar la idea de la universalización del bien común, según Honneth.

En la propuesta habermasiana primigenia ese público se encuentra en una única esfera, lo que conlleva la generación de exclusiones. El autor se centra en una esfera pública compuesta a partir del estatus de los públicos. Consecuentemente queda en manos de un único grupo la imposición de la búsqueda del interés general, según Benhabib.¹²¹ Comprobamos así que el modelo de Habermas se basa en buena parte en una concepción liberal que asume que la democracia es posible a partir de unas estructuras

¹²⁰ *Ibíd.*, pág. 393.

¹²¹ Benhabib, S., «Models of Public Space: Hanna Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas», en *op. cit.*

socioeconómicas y sociosexuales que causan desigualdades e introduce impedimentos informales de acceso incluso cuando todo el mundo está formal y legalmente autorizado a participar, como le ha criticado la autora anteriormente citada.¹²² Todo ello deriva en relaciones de subordinación.

No tiene sentido una concepción de la esfera pública a partir de una visión estratificada de la sociedad. Habría que pensar mejor en una esfera compuesta por una multiplicidad de públicos, a los que Fraser propone llamar *subaltern counterpublics*,¹²³ que tendría en cuenta, por ejemplo, las diferencias de género y a los colectivos que constituyen las minorías. De hecho, habría que reclamar más atención sobre los públicos que se han enfrentado a las normas predominantes y excluyentes del público burgués, que han ido creciendo y proponiendo nuevos discursos a través de la interacción pública y que han constituido estilos alternativos de comportamiento político. Como asevera Fraser, la necesidad de que haya múltiples públicos tendría que ser una premisa incluso en ausencia de desigualdades sociales porque la esfera pública tiene que tener en cuenta la formación de identidades sociales y el mantenimiento de la diversidad cultural.

Como hemos indicado, Habermas aboga constantemente por una concepción universalista insistiendo en la consecución de un consenso sobre el bien dentro de la esfera pública. Sin embargo, en *Historia y crítica de la opinión pública* llega a cuestionar su premisa del consenso al decir que hay un insuperado pluralismo de los intereses en competencia que hace dudar de que pueda surgir un interés general desde la opinión pública. El problema de raíz, para Chantal Mouffe, es que Habermas no acepta que el conflicto entre diferentes públicos que defienden distintos intereses puede ser útil para la democracia. Él piensa en clave consensualista y entiende que el pluralismo de públicos sería inevitablemente antagonista.¹²⁴

Benhabib apunta que Habermas recurre a la visión universalista pero que en su discurso utiliza de manera ambigua el concepto de «privacidad» que ha caracterizado al pensamiento occidental y que ha conducido a que el tipo de discurso dominante característico de la esfera pública burguesa atienda siempre a intereses de índole

¹²² *Ibíd.*

¹²³ Fraser, N., «Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy», en *op. cit.*

¹²⁴ Mouffe, C., *op. cit.*

masculina.¹²⁵ La misma autora opina que establece un análisis superficial de las relaciones entre la esfera pública y la privada e incluso le hace partícipe de forma indirecta de contribuir a legitimar un discurso de dominación sobre las mujeres en el ámbito privado. Por ello, añade Benhabib, conseguir que la esfera pública sea más democrática pasa por tener en cuenta lo que hoy se entiende como «esfera íntima», que ha sido ignorada por la moral y la política moderna, y que ha hecho que también sean ignoradas en la esfera pública cuestiones —muchas veces asignadas a las mujeres— relacionadas con la consecución y preservación de la vivienda, la sexualidad, la reproducción, el cuidado de los jóvenes, de los enfermos y los mayores.

Esto nos lleva a pensar que la generación del «interés común» pasa por la reivindicación y puesta en común de lo que nosotros llamaremos «interés privado o íntimo». Es un hecho que los grupos se constituyen a partir de la confluencia de sujetos que tienen en común una serie de intereses privados / íntimos. Estos intereses, se tematizan y acaban convirtiéndose en intereses comunes para un grupo. Tales «intereses de grupo» pasarán a ser discutidos dentro de una de la esferas públicas a la que se circunscriba el público en primera instancia, y, posteriormente, se tratarán en la esfera pública general, lugar en el que confluyen y son tratados diferentes conflictos surgidos desde las diferentes esferas / grupos / públicos. Por tanto hay una interdependencia entre los intereses privados / íntimos y los comunes que Habermas elude de manera taxativa.

Por otro lado, hay que tener en cuenta, como dice Rosalyn Deutsche, que el concepto de «interés privado» se ha constituido a través del lenguaje y ha dado como fruto unas relaciones de subordinación en la esfera pública habermasiana, lo que demuestra que el uso del lenguaje es en sí mismo imparcial, limita la interacción entre públicos y mantiene los antagonismos. Eso hace, según la autora, que la esfera pública no pueda ser un lugar imparcial:

«No es un espacio exterior al que accedemos como seres privados sencillamente para utilizar el lenguaje de manera imparcial, sino que ella misma está estructurada como un lenguaje, lo cual hace inconcebible que sea imparcial».¹²⁶

¹²⁵ Benhabib, S., «Models of Public Space: Hanna Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas», en *op. cit.*

¹²⁶ Deutsche, R., *op. cit.*, pág. 56.

Dada la imparcialidad del lenguaje a la que nos hemos referido, y con la que está de acuerdo Benhabib, las fronteras entre las esferas pública y privada deben ser porosas y fluidas, y se tienen que renegociar continuamente.¹²⁷ Debe reconocerse, en primer lugar, una continua renegociación, tematización y trasvase de intereses privados / íntimos hacia las esferas públicas y, posteriormente, su llegada hasta la esfera pública general.

Con todo lo dicho hasta aquí, justificamos por qué hablar de «esferas públicas» en lugar de «esfera pública» es la mejor manera de reflejar la multiplicidad de públicos representados por instituciones, grupos y medios, que dan forma a los discursos, acciones, representaciones y críticas.¹²⁸

En definitiva, tal y como concluye Judith Butler, la esfera pública se tiene que plantear desde lo no excluyente, no como un lugar único y con un público único y homogéneo, sino como varios espacios o esferas, con los públicos múltiples, en donde las diferencias sean reconocidas y apreciadas y en donde los mecanismos de generación de opinión y de toma de decisiones estén claramente conectados. Sería preferible referirnos a una variedad de espacios (político y cívico) y públicos (que participan en comunicaciones cara a cara y/o mediatizadas) que componen diferentes esferas públicas y que en conjunto dan lugar a una gran esfera pública.¹²⁹ Butler hace énfasis en que para entender cómo se generan los cambios sociales y la acción, es necesario entender cómo los distintos públicos se conectan entre sí:

«La esfera pública consiste en muchos —potencialmente infinitos— públicos que varían en su escala y orientación. Esta diversa forma de publicidad contemporánea será mejor entendida para el cambio social y la acción, a través de la comprensión de sus interconexiones y de las formas específicas a través de la cual varía».¹³⁰

La ausencia de una concepción pluralista en la esfera pública habermasiana y el uso del lenguaje natural para categorizar las estructuras hace que las estructuras de la misma la lleven a entrar en declive en el momento de su constitución. Tiziana Terranova cree que

¹²⁷ Benhabib, S., «Models of Public Space: Hanna Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas», en *op. cit.*

¹²⁸ Fraser, N., «Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy», en *op. cit.*; Sassi, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *op. cit.*; Eley, G., «Nations, Publics and Political Cultures: Placing Habermas in Nineteenth Century», en *op. cit.*; Benhabib, S., «Models of Public Space: Hanna Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas», en *op. cit.*; Butler, E., «Mapping the variety of Public Spheres», en *op. cit.*

¹²⁹ Butler, E., «Mapping the variety of Public Spheres», en *op. cit.*

¹³⁰ *Ibíd.*, págs. 146 y s.

la exclusión de los otros acaba generando relaciones de dominación, en un primer momento por parte de la burguesía y en un segundo momento, por parte del público-masa que acaba entrando a formar parte de ésta.¹³¹ Ni siquiera el hecho de que la cultura popular pueda suponer un contrapoder, como acaba reconociendo Habermas,¹³² alivia la agonía de su modelo de esfera pública porque los que forman parte de ella siempre excluyen a otros y se generan continuos antagonismos que derivan en relaciones de dominación y subordinación.

La falta de pluralidad ha hecho que la línea divisoria entre sociedad civil y el Estado se haya desdibujado, erosionando el proceso deliberativo. En este proceso, para Sassi: «Las antiguas jerarquías, instituciones y sociedad civil parecen diluirse, aunque todavía existen».¹³³ De modo que no todo está perdido pero hay que reivindicar, como bien señala la misma autora, que la esfera pública se componga de una variedad de esferas alternativas en donde «los públicos sean resistentes, emancipatorios y, preferiblemente, altruistas desde el punto de vista político».¹³⁴

La variedad y la inclusión de públicos llega a ser admitida por Habermas. Con el fin de modificar algunas de las argumentaciones sobre su modelo de publicidad y reafirmarse en otras, Habermas publica el nuevo prólogo para la edición de *Historia y crítica de la opinión pública* de 1990, al que antes hemos hecho referencia. En él, el autor responde especialmente a Benhabib, Fraser y Eley, sin hacer demasiada autocrítica, aunque pasa a reconocer la variedad de públicos y un cierto pluralismo. No obstante, se empeña en la universalización del interés común y en el consenso y no reconoce el conflicto como algo constitutivo.

En el texto al que hacemos referencia, el autor alemán no cambia ningún rasgo fundamental de su teoría aunque admite la falta de desarrollo o poca profundidad de algunos aspectos de la misma. Por ejemplo, acepta que no es correcto referirse a un «público en singular» ni siquiera cuando se parte de un público básicamente homogéneo, como el burgués. De este modo, reconoce la existencia de diversas publicidades en competencia y que se deba tomar en consideración los procesos de comunicación excluidos de la publicidad dominante. En este sentido, se da cuenta de que en su teoría

¹³¹ Terranova, T., «Free labor: Producing Culture for the Digital Economy», en *op. cit.*

¹³² Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*

¹³³ Sassi, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *op. cit.*

¹³⁴ *Ibíd.*, pág. 35.

sobre la esfera pública no había tratado el concepto de «exclusión», ni en un sentido foucaultiano —cuando la exclusión es constitutiva— ni en un sentido menos radical —cuando se forman varios foros donde, junto a la publicidad burguesa hegemónica, entran en escena otras publicidades subculturales o específicas de clase.

Al respecto, asume que en un primer momento la configuración de la esfera pública burguesa deja fuera a las mujeres reconociéndola él mismo como «sexista». Sin embargo, luego se justifica diciendo que la exclusión de las mujeres, que quedaron relegadas a la esfera de lo doméstico, fue una «fuerza configuradora de estructuras»,¹³⁵ necesaria para el surgimiento de la publicidad burguesa. En cualquier caso, esta toma de conciencia le hace tener más en cuenta otros públicos como los trabajadores y las propias mujeres. Incluso llega a decir que en ocasiones estos otros grupos se adhieren a discursos provenientes de la esfera pública burguesa, algo que va transformando la estructura de la publicidad desde dentro, por medio de una crítica interna al discurso universalista que pretende el bien común.

Posteriormente, y como ya se ha comentado, en *La inclusión del otro*, Habermas plantea una democracia inclusiva en el sentido social, político, histórico, lingüístico y religioso. Ese equilibrio se consigue, según el autor, a partir de una apertura de la esfera pública a diferentes eticidades deliberantes y libres. La diversidad ética debe poder ser evaluada normativamente por los principios procedimentales universalistas y ha de tener como referencia el Estado-nación, responsable de dar respuesta al pluralismo sociológico.

Habermas acaba reconociendo que, incluso cuando se da una enorme diversidad de públicos, entre ellos es posible que se dé algún tipo de comunicación; lo que vendría a decir al autor es que hay una especie de esfera pública mayor de la que proponía inicialmente que actúa como «red de comunicación de contenidos». Lo importante es que en esa esfera pública se tematizen las reivindicaciones de la sociedad civil, se propongan soluciones y que éstas sean atendidas por el complejo político que conforma el Estado. Recordemos que la propuesta de Habermas es que la esfera pública funcione a partir de un engranaje basado en su teoría del discurso que apuesta por: encauzar voluntades acerca de materias relevantes necesitadas de regulación a través de una opinión pública más o menos racional; institucionalizar los procedimientos y presupuestos comunicativos que garanticen la formación de dicha opinión pública más o menos racional; buscar el

¹³⁵ Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*, pág. 9.

entendimiento a través de la intersubjetividad; que exista una correlación entre la opinión pública, los resultados electorales y las resoluciones legislativas, para garantizar que el poder comunicativo se corresponde con el poder administrativo; mantener las fronteras entre el Estado y la sociedad, siendo la sociedad civil la base social de las esfera públicas; atender a la fuerza sociointegradora de la solidaridad; y reivindicar que el derecho sea lo que regule definitivamente la integración social, atendiendo especialmente a lo referente al dinero y al poder administrativo.

En resumen, determinamos que la esfera pública no tiene que estar compuesta por un único público que defienda un único bien común, sino que éstos pueden ser varios y defender diversos intereses y eticidades particulares. Los públicos deben seguir siendo concebidos como actores constituyentes de la legitimidad democrática pero no tienen por qué poner en suspenso cada uno de los roles que les caracteriza, porque estos roles son necesarios para dar pie al surgimiento de conflictos constituyentes que hacen que la democracia se conforme. Lo importante es que los públicos no pierdan de vista la premisa de la solidaridad, antes comentada. A través de la solidaridad, podemos exigir que los públicos renuncien en ocasiones a los objetivos particulares cuando participen de la política y que trabajen cooperativamente con otros para mejorar las condiciones sociales de vida. Sin embargo, los públicos no tienen por qué renunciar siempre a sus propósitos más particulares. Cuando lo crea conveniente, cada público puede mantener su objetivo común y puede tratar de negociarlo con otros públicos, sin que ello suponga un desprecio hacia los intereses del resto.

A continuación veremos por qué los públicos difícilmente pueden desligarse de ciertos aspectos particulares cuando acceden al ámbito de la discusión pública y si hay alguna forma de solucionar normativamente tal cuestión.

1.6.4. Influencia de las relaciones personales y de la economía

Habermas aspira a un público continuamente abstraído de sus intereses privados / íntimos. El autor ve posible la abstracción del individuo porque limita las discusiones que se producen en la esfera pública a la política, sin que ésta pueda entrar en contacto con otros aspectos particulares de su identidad como sujeto. Habría que cuestionar tal planteamiento porque, como manifiesta Fraser, desde la esfera pública se contribuye a la

conformación de la identidad individual y social, tanto política, como cultural y económica...¹³⁶

¿Cómo resolver tal encrucijada? Las ideas de Honneth pueden sernos útiles al respecto. Por un lado, Honneth estima que los públicos no tienen por qué renunciar a las identidades particulares. Por otro, cree que lo que él denomina —basándose en Hegel— «eticidad democrática» se puede dar en una esfera en donde se traten asuntos políticos, pero también en otras esferas que pueden tener que ver con otros ámbitos de acción del sujeto.

Honneth define tres tipos de esferas de acción: 1) La de las relaciones personales; 2) la de las transacciones económicas mediadas por el mercado; y 3) la esfera política de la deliberación y de la construcción de la voluntad pública. Insistimos, en las tres esferas el público puede manifestar su identidad personal, según el autor, y comportarse de forma ética desde el punto democrático.

Es importante señalar que Honneth considera que si en las dos primeras no se dan las condiciones de libertad social legitimada, faltarán las condiciones sociales que permitirán a los ciudadanos una participación ilimitada y no coercitiva de la construcción de la voluntad democrática. De esta forma reivindica que las tres esferas interdependen las unas de las otras:

«La esfera política no debe entenderse como una corte suprema en la que en último término se decide de forma autónoma acerca de cómo deben ser las condiciones, que se deben regular en sintonía con el Estado de derecho, en las dos otras esferas de acción; la relación entre las tres esferas es mucho más complicada, pues la realización de la libertad social en la vida pública democrática está, por su parte, ligada al requisito de que los propios principios estén realizados, en alguna medida, también en las esferas de las relaciones personales y de la economía de mercado».¹³⁷

Aunque la eticidad democrática se pueda dar en las tres esferas, es en la esfera política de la deliberación y de la construcción de la voluntad pública en donde debe darse especialmente para poder hacer uso real de los derechos fundamentales relacionados con la participación en la autogestión democrática. La eticidad democrática pasa por la

¹³⁶ Fraser, N., «Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy», en *op. cit.*

¹³⁷ Honneth, A., *op. cit.*, pág. 340.

existencia de medios de difusión comprometidos con la formación de una opinión pública no coercionada que, según el autor, equivaldrían a:

«un espacio de comunicación suficientemente comprensible, un sistema de medios masivos que informan cualitativamente de las disposiciones ha de mantener vivas estas virtudes democráticas en todos los participantes y medidas político-sociales que le garantizarían a todo interesado el sustento vital, necesario para una expresión de la opinión en la vida pública sin coerciones».¹³⁸

Por tanto, desde el punto de vista de Honneth, es deseable hablar de tres tipos de espacios en los que el individuo desarrolla su identidad individual y colectiva y en donde el espacio político sería uno más, condicionado desde los otros dos: el de las relaciones sociales y el de la economía.

En Honneth encontramos el reconocimiento de que las relaciones sociales, la economía y la política son aspectos inherentes a los públicos y que uno afecta a los otros y la reivindicación de la eticidad democrática. Por tanto, por un lado, para intervenir en política no se puede exigir a los públicos que renuncien a ser lo que son desde el punto de vista social y económico. Y por otro, lo importante es recurrir en todas las esferas a la eticidad, que se podría equiparar a la solidaridad descrita por Habermas. La eticidad / solidaridad, debería llevar a los públicos a renunciar en ocasiones a sus intereses de grupo para garantizar el bienestar común, aquello que sea más justo para todos.

1.6.5. La necesaria existencia del conflicto, antes y después de la deliberación

Chantal Mouffe propone que la esfera pública se base en un pluralismo agonista. Sería un modelo muy distinto al de inspiración kantiana, especialmente opuesto al de Habermas, ya que éste está claramente sostenido por las premisas liberales basadas en el derecho y en la razón universal y empeñado en aportar procedimientos para crear un consenso a través de un acuerdo racional que no atienda a la exclusión. Según ella, en un primer momento la deliberación política debe partir del antagonismo propuesto por los liberales para hacer del conflicto un elemento constitutivo de democracia. Pero posteriormente, Mouffe añade que habría que desactivar el antagonismo potencial que existe en las relaciones sociales, concibiendo al excluido como un adversario, no como un enemigo.

¹³⁸ *Ibíd.*, pág. 391.

Mouffe y los que están de acuerdo con esta postura creen que si se desarrollan dispositivos agonísticos que favorezcan el respeto al pluralismo, la visión del otro como un adversario y no como un enemigo, se puede establecer un marco ético que acepte que los públicos pueden mostrar sus razones pero también sus pasiones. Se trata de «domesticar la hostilidad y de neutralizar el antagonismo que reside en toda construcción de identidades colectivas», según Mouffe, respetando un exterior constitutivo porque toda identidad se constituye a partir de diferencias de parejas jerarquizadas.¹³⁹

Para los agonistas, si se llega a un consenso sin tener en cuenta a los excluidos, como el propuesto por los modelos democráticos liberales, se elimina el «ellos», lo que resulta incompatible con el pluralismo. Chantal Mouffe dice que el agonismo no tiene cabida en el liberalismo:

«En la medida que esté dominada por una perspectiva racionalista, individualista y universalista, la visión liberal es profundamente incapaz de aprehender el papel político y el papel constitutivo del antagonismo (es decir, la imposibilidad de construir una forma de objetividad social que no se funde en una exclusión originaria)».¹⁴⁰

Desde un punto de vista agonista los públicos deben reconocer los límites de las consecuencias de su discurso, sin que ello signifique renunciar a su empeño o sin que tampoco suponga transformar su discurso en violencia —a partir de la elaboración de estrategias no legítimas para alcanzar el poder.

Desde el agonismo se considera que la democracia exige pluralismo, expresión de conflicto y relaciones agonísticas, sin que eso signifique que haya que huir de consensos necesarios como la adhesión a los valores ético-políticos. Los ciudadanos tienen que poder elegir entre alternativas reales y para ello se debe poder distinguir la figura del adversario. Para Mouffe, cuando no hay adversarios sino enemigos se genera un vacío que puede ser ocupado por movimientos no deseados —como los de extrema derecha. Los agentes sociales partícipes deben aceptar el carácter particular y limitado de sus reivindicaciones porque la democracia sólo puede existir cuando ninguno de ellos aparece como dueño del fundamental de la sociedad y representante de la totalidad.

Eva Erman cuestiona el discurso agonista-pluralista y defiende que la teoría del discurso de Habermas ofrece un mejor tratamiento de la idea de conflicto, si bien sugiere la

¹³⁹ Mouffe, C., *op. cit.*, pág. 12.

¹⁴⁰ *Ibíd.*, pág. 14.

modificación de algunos preceptos desarrollados por el autor alemán. Erman está de acuerdo con Mouffe en que la identidad del sujeto presupone diferencia. También está de acuerdo con que cada acción requiere una decisión, lo que comporta una diferencia de partida y unas posteriores discriminación y exclusión. En ese sentido, para Erman y Mouffe el consenso nunca puede ser enteramente inclusivo.

Sin embargo, Erman cree que Mouffe parte de una descripción ambigua del concepto «diferencia» que causa un uso poco claro del término «consenso» y que invalida los principios normativos a través de los cuales propone transformar el antagonismo en agonismo. Según Erman, Mouffe utiliza el término «diferencia» en sentido descriptivo y abstracto (de particularidad) pero en ocasiones también le da un uso normativo al adjudicarle el significado de conflicto / antagonismo (de individualidad). De ahí que Erman critique una dualidad en el uso del término por parte de Mouffe que le lleva a confundir particularidad con individualidad.

«En las mismas páginas en las que argumenta que la unidad presupone diferencia y que una reabsorción completa de la alteridad en la unidad es imposible, se llega a la conclusión de que el objetivo de la democracia debe ser hacer presente a los excluidos que puedan entrar en el terreno de la confrontación. Este doble papel confunde con ello la particularidad (que está implícita en la diferencia en general), con individualidad propia (que se asociaría al antagonismo)».¹⁴¹

En este sentido, estoy de acuerdo con Erman y Habermas: hay que distinguir claramente particularidad de individualidad porque el interés común puede partir de la particularidad, pero no de la individualidad.

A la vez, Erman estima que la transformación del antagonismo en agonismo por medio de los principios políticos que propone Mouffe es cuestionable porque hay confusión a la hora de ubicar en el tiempo el espacio simbólico común necesario según los agonistas. Según los agonistas hace falta un espacio simbólico común, que presuponga un entendimiento común y un contexto lingüístico intersubjetivo. No obstante, Erman plantea que Mouffe no puede atribuir al antagonismo la posibilidad de entendimiento común ya que lo que distingue al amigo del enemigo es precisamente que no puede haber entendimiento común. Se entraría entonces en una paradoja. Además se pregunta cómo

¹⁴¹ Erman, E., «What is wrong with agonistic pluralism? Reflections on conflict in democratic theory», en *op. cit.*, pág. 1.045.

los sujetos pueden aceptar los principios comunes sin compartir previamente un espacio simbólico. No hay forma de empezar la relación entre antagonistas y agonistas porque de entrada no se puede recurrir a un espacio intersubjetivo. La relación debería comenzar desde sus respectivos mundos subjetivos. Esto delata un subjetivismo que va en contra de las pretensiones antisubjetivas de Mouffe. Por tales motivos, el paso de considerar a un enemigo como a un adversario le parece imposible: «Lo que parece sugerir es que la transformación del antagonismo con el agonismo es una elección moral que no puede ser explicada».¹⁴²

En conclusión, para Erman, debido a que Mouffe no atiende a la idea de que la deliberación democrática es constitutiva de conflicto, su noción de antagonismo no se sostiene. Estima que la teoría del discurso ofrece una comprensión ontológica más plausible de los conflictos, aunque apunta a la revisión de algunas ideas de Habermas al respecto. En concreto, propone elaborar mejor su idea de discurso ético.

Erman basa su crítica a Habermas en que él mismo dice que, en contraste a los discursos morales, que son universales y suponen el igual respeto de todos los seres humanos y lo que es igualmente «bueno para todos», los discursos éticos son particulares y conciernen a lo que es «bueno para mí» o «para nosotros» desde nuestro punto de vista. Ello supone que la deliberación ética es una explicación hermenéutica de un entendimiento propio individual o colectivo. Los interlocutores de los discursos éticos son participantes en procesos de autoclarificación y autorrealización, guiados por la pretensión de validez de la autenticidad.

Pero Erman afirma que la interacción humana supone una dimensión interpersonal, que sirve para la autodeterminación, y una cognitiva-intrapersonal que sirve para la autointerpretación. Por ello cree que los conflictos pueden transformar la relación entre personas y a las propias personas a través de la deliberación. Sin embargo, esta dinámica no se halla en la definición de discurso ético de Habermas. Habermas conecta su pretensión de validez de autenticidad de su discurso ético con la dimensión intrapersonal, con «lo que yo o nosotros queremos ser» y el discurso moral está exclusivamente conectado con la dimensión interpersonal, con el «lo que tenemos que hacer». La exclusión de la dimensión interpersonal del discurso ético de Habermas supone una estrechez categorial, según Erman. Para la autora, como cualquier otra pretensión de

¹⁴² *Ibíd.*, pág. 1.049.

validez, las pretensiones éticas tienen una dimensión tanto cognitiva como universalista. Ambas interdependen.

Como ya hemos señalado, la demanda de un consenso único y racional será una característica constante en la idea de esfera pública de Habermas que se acaba por convertir en un punto de confluencia de ideas cerrado y estático. Lo más sensato es entender que, inevitablemente, los públicos que acceden a la esfera pública necesitan de la pluralidad y del conflicto porque son éstos constitutivos de deliberación, a la vez que la deliberación es constitutiva de conflicto, como apunta Erman.¹⁴³ Por ello siempre seguirán «estrategias de diferenciación que dependen de ciertas exclusiones constitutivas, del intento por situar algo fuera», según Terranova.¹⁴⁴ Siempre se dará la exclusión, el consenso nunca será total.

Lo que está claro es que no es deseable que se naturalice la exclusión y se elimine la contestación porque se procedería a la apropiación de la esfera pública y por mucho que se presentase como la equivalente del espacio político, en realidad sería «prepolítico» y se convertiría en «un arma contra, en lugar de un medio para, la lucha política», tal y como explica la autora italiana. Para Terranova, eludir el conflicto dentro de la esfera pública es un comportamiento «agorafóbico», de renuncia a hacer de la esfera pública algo realmente útil. La esfera pública tiene que ser capaz de transformarse por sí misma y ser un lugar válido para exponer las divisiones, las críticas y proceder a la renegociación.

En realidad decidirse por la asunción de la postura antagonista o de la agonista es una cuestión compleja e incluso puede que imposible. Tal y como cree Seligman, si bien la visión agonista es difícilmente aplicable, tampoco se puede mantener una constante concepción antagonista porque ésta acaba produciendo un discurso único que pone en extensión los intereses privados sobre los públicos¹⁴⁵ y que va vaciando la esfera pública de participantes y discursos para representar esencialmente los intereses de ciertos segmentos sociales.

Es por ello que, una vez atendidas las principales críticas al modelo habermasiano de esfera pública, conviene atender los argumentos de Lincoln Dahlberg en este sentido. Para él la esfera pública habermasiana puede ser interpretada como un lugar desde el que

¹⁴³ *Ibíd.*

¹⁴⁴ Terranova, T., «Free labor: Producing Culture for de Digital Economy», en *op. cit.*, pág. 25.

¹⁴⁵ Seligman, A., *op. cit.*

maximizar la inclusión de la diferencia en el intercambio deliberativo.¹⁴⁶ Con sus palabras, Dahlberg reconoce que dentro de la esfera pública siempre se dará una cierta exclusión, pero si el proceso deliberativo es el más correcto posible, se garantizará una máxima inclusividad de la diferencia. Por ello considera que la concepción de Habermas es capaz de acercar diferentes discursos contrapuestos, y promover el proceso para convertir el discurso racional en verdadera y útil opinión pública que luego sea aplicada fácticamente por el Estado.

Desde mi punto de vista, quizás, más que hablar de consenso quizás convendría recurrir al término «conciliación», conciliando para empezar el antagonismo y con el agonismo y viceversa. Es cierto que difícilmente un enemigo se puede transformar en un adversario, tal y como dice Erman, porque no se da el espacio simbólico compartido que haría posible dicho cambio. De hecho, cuando se habla de enemigos y no de adversarios se está reconociendo un conflicto que es irresoluble desde el entendimiento racional, moral y/o ético, y que sólo puede culminar a través de algún tipo de violencia. Sin embargo, los adversarios se pueden entender a través de la conciliación de posturas que, a su vez, debe comenzar desde un espacio simbólico compartido. La conciliación supone que la postura de uno no tiene porque ser la mejor ni imponerse necesariamente, sino el reconocimiento que la visión del otro puede ser mejor si los argumentos racionales, morales y éticos así lo demuestran. También supone aceptar que una reivindicación que parta de un determinado grupo de la sociedad civil puede quedar fuera de la esfera pública sino pasa por el tamiz de los apoyos necesarios para que sea atendida por el Estado.

Es decir, el conflicto es necesario porque sin él no comienza la deliberación política. Del mismo modo es necesario que se de un espacio simbólico en donde las opiniones intersubjetivas puedan generar un entendimiento racional moral y ético a través de la conciliación de posturas confrontadas. Por supuesto, se deberá partir de una voluntad de entendimiento. Para finalizar, habrá conciliaciones que serán más o menos definitivas y otras claramente temporales, hasta que ellas mismas sean el punto de partida de otro conflicto que se pueda resolver a través de otra conciliación.

¹⁴⁶ Dahlberg, L., «The Habermasian public sphere: Taking difference seriously?», en *Theory and Society*, 2005, vol. 34, núm. 2, págs. 111-136.

1.6.6. Definición normativa de esfera pública

Habermas reconoce diversas brechas en su modelo de esfera pública. Desde luego, el discurso único que se difunde a través de algunos medios de difusión de masas, que hasta ahora ha predominado en parte del contexto de la comunicación social, es contrario a una esfera pública entendida como un espacio de formación de opinión pública libre. No en vano, el autor alemán reconoce una decadencia de la esfera pública burguesa que en parte puede ser atribuida a las pasiones de las masas y a su predisposición a ser seducida. Como recuerda Habermas, Baudrillard advierte que la masa nunca ha estado de parte de la razón, sino que siempre se ha dejado cautivar por el poder seductor del espectáculo, tendiendo a aceptar la existencia de expertos en manipulación, populistas culturales y relaciones públicas.¹⁴⁷ Por su parte Terranova señala que la espectacularización de la información, incluyendo la información política, «no está impuesta a la masa, sino demandada por la misma»,¹⁴⁸ lo que le restaría capacidad racionante.

Kenneth Baynes manifiesta que la presencia en la esfera pública de un conjunto de instituciones con una variedad de discursos dominantes reduce las posibilidades de interacción entre sujetos.¹⁴⁹ En palabras de Geoff Eley, la dominación que surge dentro de la esfera habermasiana se abre camino sin usar la imposición, a través de una continua intervención ideológica de una clase que ejerce el liderazgo moral e intelectual. Se habría conseguido pasar de una coerción violenta a una fuerza superior por medio del consentimiento pero introduciendo mecanismos de persuasión. No es de extrañar que el propio Habermas reconozca que su modelo entra en decadencia y sea pesimista al respecto, según Eley: «No está realmente claro hasta qué punto Habermas cree su idea de comunicación racional, con su premisa de participación libre e igual».¹⁵⁰

Por su parte, John Morris Roberts considera que la esfera pública cataliza e impulsa el capitalismo:

¹⁴⁷ Baudrillard, J., citado por Habermas J., *Historia...*, *op. cit.*

¹⁴⁸ Terranova, T., «Free labor: Producing Culture for de Digital Economy», en *op. cit.*, pág. 136.

¹⁴⁹ Baynes, K., «Communicative Ethics. The Public Sphere and Communication Media», en *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 11, 1994, págs. 315-326.

¹⁵⁰ Eley, G., «Nations, Publics and Political Cultures: Placing Habermas in Nineteenth Century», en *op. cit.*, pág. 293.

«En el liberalismo, tanto en forma como en contenido, la esfera pública representa a una esfera pública capitalista que contribuye a la reproducción de las formas más avanzadas de capitalismo constituidas por el dominio abstracto de la ley y el dinero.»¹⁵¹

Se podría entender que la esfera pública es una especie de centrifugadora que expulsa de su epicentro todo aquello que no tenga que ver con un discurso único basado estrictamente en lo económico en su forma capitalista. También se podría interpretar que el modelo de Habermas no acaba de funcionar porque la sociedad capitalista desarrolla insalvables contradicciones descritas por el propio autor como la tendencia a los monopolios económicos, la regulación de los conflictos sociales por parte del Estado, y la fragmentación del público en un escenario de competición de intereses. En relación a ello, la prensa y la industria del entretenimiento han hecho que los procesos de comercialización y racionalización se centren en el consumidor individual, eliminando los contextos para la mediación para el discurso racional. Según Habermas, esto sucede sobre todo en la era de los medios de comunicación electrónicos.

Como decimos, según Mouffe, el modelo inicial de Habermas se autorrefuta en parte porque debido a su concepción universalista y racionalista contribuye al desarrollo de un discurso único y no es capaz de hacer frente a una multiplicidad de conflictos étnicos, religiosos y/o identitarios: «El momento de su realización es también el de su destrucción».¹⁵² Está claro que la esfera pública surge cuando desaparece la intención de crear un pensamiento unificador y de hacerlo coincidir con la sociedad. Esa es la única vía para que la esfera pública sea un instrumento regulador: hacer desaparecer el discurso absoluto para que los conflictos aparezcan y desaparezcan continuamente a través de discursos plurales y racionales por medio de la continua deliberación. Por eso Habermas atiende posteriormente a una concepción inclusiva de la esfera pública. De hecho, como hemos visto también, para Dahlberg, el modelo de Habermas es el que mejor maximiza la inclusión de la diferencia.

En cualquier caso, tal y como expone Velasco, para que el modelo de esfera pública sea efectivo, se debe exigir existencia de una vigorosa cultura cívica, ahondando en los elementos de participación ciudadana que fomentan la cultura política activa, asegurando

¹⁵¹ Roberts, J. M., «John Stuart Mill, free speech and the public sphere: a Bakhtinian critique», en *op. cit.*, pág. 85.

¹⁵² Mouffe, C., *op. cit.*, pág. 20.

el Estado del bienestar y neutralizando las consecuencias no igualitarias de la economía de mercado.¹⁵³ Es algo con lo que Habermas estaría de acuerdo.

En el siguiente cuadro se sintetizan las críticas y las propuestas de reformulación del modelo habermasiano de esfera pública para, posteriormente, ofrecer una definición normativa de esfera pública.

Críticas	Propuestas de reformulación
Idealización del público liberal. Compuesta a partir de exclusiones relacionadas con el estatus de los individuos. Construcción de la opinión pública por parte de unos pocos (Fraser, 1996).	Reconocimiento de la multiplicidad de públicos y de una diversidad de esferas públicas en donde las diferencias sean reconocidas y apreciadas y en donde los mecanismos de generación de opinión y de toma de decisiones estén claramente conectados (Fraser, 1996; Sassi, 1996; Benhabib, 1996; Eley, 1996; Butler, 2011).
Al basarse en parte en un modelo liberal introduce impedimentos informales de participación, incluso cuando todo le mundo está formal y legalmente autorizado a participar (Fraser, 1996).	Reclamar más atención sobre los públicos que se han enfrentado a las normas predominantes y excluyentes del público burgués, que han ido creciendo y proponiendo nuevos discursos a través de la interacción pública y que han constituido estilos alternativos de comportamiento: los <i>subaltern counterpublics</i> (Fraser, 1996).
Debe servir para algo más que para la discusión política. Tiene que tener entre sus funciones la contribución a la formación de identidades sociales y el mantenimiento de la diversidad cultural (Fraser, 1996).	Conceder a los públicos alternativos la posibilidad de que decidan qué parte de lo común les concierne o no, haciendo que se produzcan esferas alternativas en donde se reivindiquen cuestiones tradicionalmente consideradas privadas como públicas para promover la aceptación de las diferencias, incluyendo identidades, intereses y necesidades políticas de toda la humanidad y no solo de un determinado grupo social (Fraser, 1996). Debe reconocer que hay ámbitos, como el de las relaciones sociales y el de la economía, que influyen sobre la condición política del público (Honneth, 2014).
Al basarse en el uso del lenguaje conduce a una visión única, crea relaciones de subordinación que limitan la interacción entre individuos y que mantiene antagonismos. Imposición por parte de unos pocos de los conceptos «íntimo» «privado», «público» (Benhabib, 1996; Deutsche, 2008).	Redefinir de manera clara conceptos como «íntimo», «privado», «público». Las fronteras entre las esferas pública y privada deberían ser porosas y fluidas, y se tendrían que renegociar continuamente (Benhabib, 1996).
No acepta que el conflicto entre públicos puede ser útil para la democracia (Mouffe, 1999). Los	Dejar de exigir una abstracción de los individuos con respecto a su identidad personal y colectiva.

¹⁵³ Velasco, J. C., *op. cit.*

actores deben pensar exclusivamente en el «bien común», por lo que les demanda una continua abstracción de sus intereses privados para acceder a la esfera pública.

Riesgo de que quede definida por un conjunto de instituciones con una variedad de discursos dominantes que reducen las posibilidades de interacción entre individuos y que siguen estrategias de exclusión para dejar fuera otros discursos (Baynes, 1994; Mouffe, 1999; Terranova, 2004).

Reconocer su capacidad para transformarse por sí misma y para que sea un lugar válido para exponer las divisiones, las críticas y la renegociación (Mouffe, 1999).

Desarrollo de un discurso único generado por una élite que ejerce el liderazgo moral e intelectual, cuyo cometido es hacer prevalecer los intereses privados económicos sobre los públicos mediante la persuasión y sin necesidad de utilizar la violencia para conseguir el consentimiento (Seligman, 1992, Roberts, 2004).

Facilitar que los públicos sean resistentes, emancipatorios y altruistas desde el punto de vista político (Sassi, 1996).

Sus preceptos clásicos han desaparecido debido a las contradicciones de la sociedad de masas y capitalista (Eley, 1996; Terranova, 2004).

Reformular los preceptos de la esfera pública para adaptarlos al contexto cultural, político y económico actual.

El discurso ético se conecta exclusivamente con la dimensión intrapersonal y el discurso moral con la dimensión interpersonal. La exclusión de la dimensión interpersonal del discurso ético de Habermas supone una estrechez categorial (Erman, 2009).

Aceptar que la interacción humana supone una dimensión interpersonal, que sirve para la autodeterminación, y una congnitiva-intrapersonal que sirve para la autointerpretación. De esta manera los conflictos pueden transformar la relación entre personas y a las propias personas a través de la deliberación (Erman, 2009).

Fuente: elaboración propia

Para finalizar el capítulo sintetizo los rasgos y funciones que sugiero que debería tener la esfera pública en una sociedad democrática y que he justificado anteriormente:

- Capacidad para detectar reivindicaciones y problemas e introducirlos en la discusión pública eficaz con el objetivo de legitimar y controlar el poder político mediante la exposición y la discusión del conflicto a través de distintas vías de comunicación.
- Control ulterior del tratamiento de la reivindicación y/o el problema dentro del sistema político.
- Comunicación suficientemente comprensible y libre de coerción, que parta de un espacio simbólico común, que contribuya al intercambio discursivo intersubjetivo dentro

de un contexto de racionalidad, moralidad y eticidad, que debe ser garantizado por el derecho.

– Existencia de una sociedad civil libre y democrática compuesta por públicos críticos, separada del Estado, que politice y fiscalice la agenda pública y que se sirva de una cultura cívica sólida.

– Reconocimiento del conflicto como constitutivo de democracia y de su posible resolución por medio de una conciliación de posturas confrontadas que se sirvan de la racionalidad, la moralidad y la ética, siempre que se comparta un espacio simbólico común de opinión intersubjetiva.

– Aceptación de que la postura o reivindicación del otro podrá ser la atendida por el Estado si se reconoce en ella una mejor racionalidad, moralidad y/o eticidad.

– Inclusión de múltiples públicos, que podrán ser alternativos, que no necesariamente deben estar localizados en comunidades específicas, y de diferentes esferas públicas entendidas como distintos espacios de confluencia de opiniones, que deben estar eficazmente conectados.

– Reconocimiento de la particularidad de los públicos, de sus intereses y de sus eticidades, distinguiendo la particularidad de la individualidad.

– Admisión de la existencia y de la influencia de las esferas de las relaciones sociales y de la economía, en las que también se puede dar la eticidad.

– Aceptación de que determinados intereses íntimos / particulares —que no individuales— pueden ayudar a desarrollar intereses públicos.

– Capacidad para detectar desde dónde parten las coerciones y cómo se producen para que el derecho garantice la clara separación entre el Estado y la sociedad civil.

– Asunción de que la interacción humana supone una dimensión interpersonal, que sirve para la autodeterminación, y una cognitiva-intrapersonal, que sirve para la autointerpretación.

– Admisión de que, dada la imparcialidad del lenguaje, las fronteras entre las esferas pública y privada son porosas y que tienen que renegociarse continuamente.

Hasta el momento se ha cumplido uno de los principales propósitos del trabajo, el de ofrecer una propuesta normativa de esfera pública. En el siguiente capítulo se profundiza en cómo la comunicación social ha sido un instrumento esencial para el desarrollo de las sociedades humanas y se describe el proceso de formación de un discurso mediático único y dominante que se ha difundido por parte del poder hacia la ciudadanía a través de algunos medios de masas.

2. DEL NACIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN A LA COMUNICACIÓN DE MASAS

2.1. Introducción

En el capítulo anterior se ha propuesto un modelo normativo para procedimentar cómo la sociedad civil puede participar en la construcción y en el control de la democracia a través de la comunicación. Aceptando que el modelo de esfera pública de Habermas sirve como base para sustentar el procedimiento, y teniendo en cuenta las aportaciones que el mismo autor va haciendo a su teoría, y las de otros autores como Fraser, Benhabib, Sassi, Eley, Butler, Mouffe, Erman, Dahlberg, Terranova y Deutsche, he podido concretar varias premisas que debería reunir la esfera pública. Esencialmente, debe ser un instrumento de legitimación y control del poder político, a través de una comunicación intersubjetiva y libre de coerción, mediante la cual públicos diversos presentes en la sociedad civil puedan discutir conflictos y reivindicaciones, con el fin de generar una opinión pública crítica que debe ser atendida por el Estado. El contexto comunicativo ha de caracterizarse por la racionalidad, la moralidad y la eticidad, y debe estar salvaguardado por el derecho. El modelo de esfera pública propuesto debe admitir la existencia y la influencia de las esferas de las relaciones sociales y de la economía, en las que también se puede dar la eticidad, y aceptar que determinados intereses íntimos / particulares pueden dar paso a intereses públicos.

Pasamos ahora a una parte del trabajo dedicada a la evolución de la comunicación social. A través de los apartados que lo componen, se hace un recorrido teórico con el fin de discutir cómo ha evolucionado la actividad comunicativa y qué efectos ha tenido en el sujeto y en la sociedad, desde su origen hasta su drástica transformación como consecuencia de la irrupción de internet. La intención es de ir desde lo general a lo particular, asentando de forma clara conceptos que son primordiales y, en ocasiones, tratados históricamente de forma confusa. Es por ello que el capítulo comienza con la definición de «información», «comunicación», «comunicación humana» y «comunicación social». Después, describimos el desarrollo de la comunicación de masas y de la generación de la cultura de masas, incluyendo una crítica de todo ello en un apartado sobre la tendencia a un discurso y propiedad únicos por parte de los medios. El capítulo finaliza con una reivindicación sobre el cumplimiento de los derechos a la

libertad de expresión y a la libertad de información, a los que se les dedica un apartado en el que se describe como están regulados en España.

Se recurre a autores como Manuel Martín Serrano, quien a través de un enfoque de la teoría de la comunicación social, descompone el proceso comunicativo de forma clara. El autor hace distinciones concisas y sin ambigüedades entre comunicación e información y establece el nexo entre comunicación humana y comunicación social. También se aportan las ideas de Denis McQuail, cuyo manual *Introducción a las teorías de la comunicación social* (1992), referencia en el campo de la teoría de la comunicación social, nos ayuda a definir qué es un medio de comunicación e introducir los conceptos de cultura de masas y de opinión pública, para cuyo posterior desarrollo nos servimos de otros autores como José Ortega y Gasset.

2.2. Información, comunicación humana y comunicación social

Informar y comunicar son dos acciones distintas que a menudo se confunden. Resulta cuanto menos asombroso que los humanos, seres que informan y se comunican constantemente desde hace cientos de miles de años, no sepan explicar con demasiado atino las diferencias entre uno y otro término. De hecho, en las escuelas occidentales se suele explicar únicamente en qué consiste el modelo comunicativo funcionalista propuesto en 1948 por Harold Lasswell, con su concepción de una comunicación para un uso instrumental (clásico modelo de emisor, receptor, canal y mensaje).¹

Lo primero que hay que aclarar es que para que haya comunicación tiene que haber información. Sin embargo, puede haber información sin que exista proceso comunicativo alguno. En los siguientes subapartados se establecen definiciones de «información» y «comunicación» y se describe la evolución de la comunicación humana para llegar a la comunicación social, ofreciendo finalmente una definición crítica de este término. Todo ello desde el enfoque de la teoría de la comunicación social.

2.2.1. Competencia de la comunicación

Las características que distinguen a la comunicación de las actividades que no lo son pasan por el hecho de que a través de la comunicación se implican dos o más agentes, al

¹¹ Lasswell, H. D., «The Structure and Function of Communication in Society», en *op. cit.*, págs. 117-129.

menos un agente estimulador / emisor (E) y otro reactivo / receptor (R), que interactúan, mediante señales, que contienen información con significado, que utilizan para hacerse indicaciones.

La interacción se produce cuando la participación de R es imprescindible para que E pueda alcanzar el logro. Toda interacción es heterónoma (el logro de un agente solo puede ser satisfecho con la participación de otro u otros agentes); por tanto, toda interacción comunicativa es heterónoma.

A partir de las señales (elemento sonoro, visual, táctil, u olfativo que parte de una energía presente en la naturaleza y que hace posible que la información se incorpore a las interacciones), se puede hacer un uso significativo o indicativo de la información. Para que haya comunicación, la información tiene que ser significativa (significar algo para E y R) e indicativa (indicar algo a R, habitualmente para que éste ayude a contribuir algún logro de E).

A grandes rasgos, según Martín Serrano, el uso de señales como estímulos en las interacciones ha concluido en dos de las mayores innovaciones de la Historia Natural: 1) La capacidad de ciertas especies animales de obtener y procesar información que pueden regular sus propios comportamientos, a partir de las señales que puedan realizar otros animales; y 2) la capacidad de ciertas especies que ya poseen esas competencias informativas, de producir y proporcionar información que pueden regular los comportamientos de otros animales dotados de esas mismas competencias; es decir, la competencia de comunicarse.²

2.2.2. Información fuera de la comunicación

Martín Serrano afirma que antes de que la información se incorporase al proceso comunicativo, existían una serie de usos precomunicativos de la información que a día de hoy se siguen produciendo. Esto es posible porque, para que una señal tenga significado en las interacciones, no es necesario que E y R sean agentes de la misma especie. Simplemente es suficiente con que R esté capacitado para aplicar un uso significativo de las señales (ejemplo: el rastro de un caracol E es información para un ave R).

² Martín Serrano, M., *op. cit.*

La correspondencia entre señales y conductas (ante una determinada señal se produce habitualmente una determinada conducta) hace previsible el comportamiento de cualquier E para otro R, que posea la necesaria competencia informativa. En este sentido, para tener competencia informativa es necesario que R tenga órganos perceptivos que puedan ser estimulados y a través de los cuales pueda distinguir distintos tipos de señales; además, debe poder tener al menos dos respuestas asociadas a una misma situación. En el acto informativo las señales transportan la información, no la significación; el significado se genera a partir de la experiencia previa que posee R. Para que las señales adquieran significado, tienen que ser redundantes; la redundancia permite que las señales de E sean potencialmente reconocibles y previsibles para R (ejemplo: el color naranja en la naturaleza suele advertir de peligro o toxicidad y suele ser disuasorio para un depredador R).

En los primeros receptores capacitados para el uso significativo de la información, el reconocimiento y la predicción de las señales tienen fundamentos biológicos. Se utilizan mecanismos sensorio-perceptivos y las características perceptivas se pueden volver estables y eso permite que surjan formas de interpretación. De este modo, R se informa e informa. Se informa cuando conforma sus propios comportamientos a la información que procede de otros e informa cuando conforma la información de otros a sus propios comportamientos.

De acuerdo con Martín Serrano, desde el punto de vista evolutivo, hay que tener en cuenta que la transformación de estímulos en señales significativas moviliza mecanismos adaptativos. Además, la mejora de las capacidades de reconocer, procesar y memorizar información relacionada con los otros es la base de la evolución, haciendo que la construcción del significado forme parte de las estructuras filogenéticas de comportamiento.

2.2.3. Comunicación

En el uso comunicativo de la información, el papel del agente E es primordial ya que él es quien informa (selecciona y combina señales aplicando una configuración al mensaje). El agente R es quien asigna un significado, pero a diferencia del proceso informativo quien primero configura la señal para transmitir el significado es E. De este modo las señales ya llegan configuradas expresivamente a R, al contrario que en el proceso informativo,

cuando es R quien da significado a la señal en primera instancia. Además E realiza un trabajo expresivo que tiene como fin que se repare en el valor de una figura (el motivo del mensaje) con respecto a su fondo.

En cualquier caso, la aptitud comunicativa requiere que ambos agentes controlen las señales indicativas y los comportamientos que éstas generan. En la comunicación, las señales de estado sirven además como signos de identidad. Esa es la característica evolutiva que distingue a los usos comunicativos de los usos informativos.

Si se quiere atender a la verdadera naturaleza de la comunicación y ofrecer una visión dialéctica de la misma, ésta no debe ser entendida como un proceso exclusivamente humano. Según Martín Serrano, los comunicantes pueden pertenecer a la misma especie —comunicación intraespecífica—, o a especies diferentes —comunicación interespecífica.

Tampoco debe ser interpretada como un mecanismo unidireccional ya que en la comunicación debe haber, al menos, la posibilidad de que haya manifestación comunicativa. Esto es, cuando R le designa algo a E a través de un proceso indicativo. En tales casos, siempre hay intercambio de posiciones, es decir, de roles: R se convierte en E y E en R. Si E, en primera instancia, no deja margen para que R se convierta en E y le pueda hacer una indicación, entonces el proceso comunicativo es incompleto y se puede hablar de una relación de control y de dominación más que de comunicación. Este último aspecto no es tenido en cuenta por Abraham Moles y Claude Zeltmann, para quienes la comunicación es:

«La acción de hacer participar a un individuo —o un organismo— situado en un tiempo, en un punto dado de las experiencias-estímulos del entorno de otro individuo —o de otro sistema—, situado en otro tiempo, en otro lugar, utilizando elementos de conocimiento que tienen en común».³

Moles señala que en la comunicación se debe producir una experiencia participativa de un individuo a partir de las experiencias-estímulos de otro, que deben compartir códigos de entendimiento, pero no acaba de especificar qué se entiende por participación ni alude a la posibilidad de que haya manifestación comunicativa, de que los individuos

³ Moles, A., y Zeltmann C., *La comunicación y los mass media*, Bilbao, El mensajero, 1975, pág. 119.

intercambien sus roles durante el proceso. Se trata pues, de una definición que a nuestro entender es generalizadora y, a la vez, sesgada.

Por otro lado, Antonio Pasquali habla del proceso comunicativo como un acto recíproco únicamente entre agentes humanos, conscientes y reflexivos, y afirma que los únicos entes capaces de suscitar tipos de comportamientos auténticamente comunicacionales, que no intercambio mecánico de informaciones-estímulo, son los seres racionales.⁴ La comunicación queda reducida, en este sentido, a un término que se limita a describir relaciones dialógicas interhumanas, o entre personas éticamente autónomas.

Habermas, en *Teoría de la acción comunicativa*, habla de la necesidad de reciprocidad de los agentes comunicativos y asevera que en un proceso comunicativo necesariamente se llega a un saber común, cosa innecesaria en el proceso informacional, mediante acuerdos, aún cuando las conclusiones y decisiones a las que llega cada uno de los agentes sean diferentes. De este modo, de una manera implícita, Habermas describe la comunicación como un proceso en el que es necesaria la posibilidad de bidireccionalidad en la transmisión del mensaje.⁵

Por tanto, se puede considerar que la comunicación consiste en un proceso de interacción entre al menos dos agentes, que no necesariamente son humanos, a partir de señales de tipo significativo e indicativo que contienen información codificada por E, son transmitidas por éste con el fin de generar una reacción en R que ayude a conseguir el logro de E. En este proceso, los agentes tienen que poder intercambiar sus roles y ser R y E, indistintamente.

Reiteramos que el proceso comunicativo sólo puede producirse si en éste predomina el carácter bilateral en los roles de los agentes que participan en él, ofreciendo la posibilidad de manifestación comunicativa en ambos casos, convirtiéndose así en verdaderos interlocutores.

2.2.4. *Comunicación humana*

La comunicación propia del humano, que se caracteriza por ser simbólica y/o lingüística, ha intervenido en la hominización (evolución morfológica del humano), y en la humanización (creación de sociedades reguladas por normas, creencias y valores). Ha

⁴ Pasquali, A., *Comprender la comunicación*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1980.

⁵ Habermas, J., *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 1987.

habido momentos especialmente importantes como la generación de los primeros instrumentos comunicativos, la aparición del habla y el desarrollo de la escritura, vehículos todos ellos de la comunicación humana y la posterior comunicación social.

Los primeros instrumentos comunicativos atribuidos a los humanos aparecieron con el *homo habilis*, hace unos tres millones de años. Entre ellos encontramos objetos expresivos, como los huesos grabados o los cuernos que emitían señales acústicas. Eran objetos y materiales que servían para una comunicación simbólica, que tenían dueño, y a los que se les comienza a asignar valor económico. Por otro lado surgieron los marcadores territoriales, cosas de la naturaleza cambiadas de posición, como una piedra para señalar donde había una fuente, delimitar un territorio o señalar un peligro. La comunicación simbólica contribuyó a la formación de las primeras sociedades, según Martín Serrano.

En cuanto a la aparición de la comunicación lingüística, se calcula que la capacidad de hablar fue desarrollada por el *homo sapiens* y el *neanderthalensis*, hace unos 200 mil años, a partir de una mutación que permitió controlar los órganos del habla y que consistió en la transformación de la mandíbula inferior y descenso de la laringe. La comunicación lingüística se desarrolla todavía más con la aparición de la escritura, entre los años 7.000 y 4.000 a. C., a principios del período Neolítico en Europa del Este. En la antigua Sumeria encontramos primeras muestras de escritura cuneiforme, realizada con un estilete sobre tablas de arcilla, en torno al 3.500 a. C., coincidiendo con la Edad de Bronce. Se le suman la escritura egipcia y la índica, sobre el 3.000 a. C., la china, en torno al 1.200 a. C. y los primeros alfabetos de la Edad de Hierro, del año 1.000 a. C. en adelante: alfabetos arameo (del que provienen el hebreo, sirio y árabe), griego (primero que introduce signos vocálicos) y latino. De los alfabetos griegos y latino provienen los alfabetos gótico, cirílico y las runas.

Las interpretaciones sobre el porqué de la comunicación humana surgen cuando ésta ya está totalmente desarrollada. De acuerdo con Rosario Fonseca y Leticia Prieto de Alizo, la pregunta de por qué nos comunicamos ha sido motivo de debate filosófico y científico desde la Grecia clásica con Aristóteles al frente, quien dijo que la comunicación provenía de un deseo interno de persuadir y que estaba al servicio de una práctica, ya que el hombre busca la felicidad y ésta no puede ser hallada si no es a través del intelecto y la

razón.⁶ Las reflexiones sobre la comunicación se vuelven a replantear durante la Ilustración. El filósofo alemán Christian Wolff (1679-1754) promulga, a través de la psicología de las facultades (*Rational psychology*, 1734), que la comunicación tiene dos objetivos: uno cognoscitivo y otro emocional, que se basan en una dualidad mente / alma. Según esta teoría, a través de la comunicación se puede informar, persuadir o entretener, sin que éstos sean objetivos excluyentes. Además, para saber si el propósito de E es informativo, persuasivo o de entretenimiento podremos proceder a analizar el contenido del mensaje, ver a quién está destinado el mensaje y cómo se transmite.

Desde la psicología actual existe el consenso de que la comunicación humana está vinculada a los procesos cognitivos de percepción, atención, memoria, pensamiento y lenguaje. Tales procesos no son exclusivos de los humanos; otros animales también los experimentan en mayor o menor grado. Del mismo modo, no todos los humanos están dotados de las capacidades cognitivas al mismo nivel. Entre los individuos se dan diferentes capacidades de percepción a partir de determinados órganos, así como diferentes grados de atención, memoria, pensamiento y lenguaje. Los procesos cognitivos son considerados procesos psicológicos básicos que condicionan el comportamiento del individuo. De hecho, en palabras de María Teresa Sanz, la psicología cognitiva se fundamenta en cómo los individuos desarrollan y aplican los procesos cognitivos a situaciones cotidianas a partir de las cuales generan un sistema de pensamientos y creencias.⁷ Por tanto, la comunicación está ligada a la propia motivación del individuo y a la formación de su propio sistema de pensamientos, creencias y valores.

Sobre la descripción de los niveles de comunicación humana, hay bastante consenso entre los académicos. Se suele hablar de comunicación intrapersonal, interpersonal, en grandes grupos y a través de medios, como hace Eva Aladro,⁸ aunque la clasificación que se puede considerar más ajustada al modelo comunicativo actual es la de Castells, que alude a la comunicación intrapersonal, interpersonal, intragrupal, intergrupala, organizacional y masiva.⁹ En cualquier caso, no puede haber ningún tipo de comunicación que no

⁶ Fonseca, R., y Prieto de Alizio, L., «Las emociones en la comunicación persuasiva: desde la retórica afectiva de Aristóteles», en *Revista Quórum Académico*, vol. 1, núm. 7, 2010, págs. 78-94.

⁷ Sanz Aparicio, M. T., *Psicología de la motivación*, Madrid, Sanz y Torres, 2013.

⁸ Aladro Vico, E., «Clases de comunicación», en Herrero, J. C., (ed.), *Manual de teoría de la información y de la comunicación*, Madrid, Universitas, 2009, págs. 27-34.

⁹ Castells, M., *La sociedad...*, *op. cit.*

provenza y no esté condicionada por una comunicación intrapersonal (la comunicación que mantiene el individuo consigo mismo).

2.2.5. *Comunicación social*

Como señalábamos anteriormente, la capacidad comunicativa desarrollada por el ser humano ha influido en su hominización y en su humanización, contribuyendo a la generación de un individuo social que utiliza la comunicación para participar en la sociedad, para reafirmar su posición en el mundo y también para conseguir algún propósito a través de la interacción con el otro.

A medida que capacidades cognitivas de los individuos se han desarrollado evolutivamente, también lo ha hecho su capacidad de comunicación. Las interacciones comunicativas entre los individuos han ido aumentando y sofisticándose y, en consecuencia, se ha desarrollado la comunicación social, como mecanismo de interrelación y acción entre individuos que participan en una sociedad y que tienen la intención de seguir estando presentes en ella a través del entendimiento.

En este caso, estamos hablando de una comunicación social no mediatizada, no intermediada, que consiste en un proceso inevitable y constante entre los actores sociales (todo es comunicación), diversa (verbal o no verbal), contextual (cada intercambio crea su contexto de interpretación, y el concepto de contexto se hace dinámico y complejo), retroactiva (no lineal, entre dos actores lineales en su rol de emisor / receptor, sino sometida a la modificación cibernética que producen sus propios efectos), no necesariamente intencional (procesos de intercambio o interacción no buscada y no controlada), y cultural (sometida a las normas, reglas o creencias de los contextos culturales, pero creando también ella esos contextos y esa cultura), tal y como apuntan Salvador Giner, Emilio Lamo de Espinosa y Cristóbal Torres.¹⁰

Con el paso del tiempo, el uso y la aceptación de la comunicación social como mecanismo participativo en la comunidad permiten que en Grecia la deliberación pública sea aceptada como la base de la democracia. Después de la primera experiencia griega y el fin del Imperio Romano, la escasa comunicación social que se da en Europa queda

¹⁰ Giner, S., Lamo de Espinosa, y E., Torres, C. (eds.). *Diccionario de Sociología*, Madrid, Alianza Editorial, 1998.

controlada desde las instituciones cristianas, que difunden un discurso religioso persuasivo a través de los templos.

Al inventarse la imprenta, en 1440, se crea el instrumento que contribuye a la universalización de la comunicación social y al consecuente nacimiento de la comunicación social moderna, una comunicación canalizada esencialmente por los medios. Es aquí cuando nace lo que podemos denominar «comunicación social mediatizada».

La expansión de las redes de transporte por tierra y mar y la irrupción de los medios de difusión social (desde el libro hasta internet, pasando por los periódicos, la radio y la televisión), hacen que la comunicación social mediatizada participe íntimamente en los procesos de formación de distintos tipos de sociedades, constituidas por determinados sistemas políticos y económicos y que cada vez se vaya mediatizando más, llegándose incluso a utilizar como una herramienta de dominación.

A partir del siglo XX se comienza a estudiar científicamente la comunicación social como un proceso a través del cual se pueden modificar los pensamientos, creencias y valores de los receptores. Para Castells, es a partir de entonces cuando se empieza a considerar que la comunicación social está ubicada en el centro de las interacciones que dan forma a una sociedad.¹¹ Así autores como Moles y Zeltmann entienden que los estudiosos de la comunicación social deben fijarse en las interacciones que se dan en el seno de la sociedad:

«Nuestra sociedad se transforma cada vez más en un sistema social, en un conjunto de partes diversas, cada una de las cuales se define por sus funciones o sus objetivos y se une con las demás a través de interacciones. Estas interacciones constituyen el objeto de la ciencia de las comunicaciones».¹²

En el momento en el que hay una conciencia por parte del poder político y el económico de la importancia del dominio y control de la comunicación social (ya que ésta determina la estructuración de misma de la sociedad), se establecen una serie de mecanismos para que la comunicación social sea transmitida a través de medios controlados por las esferas del mismo poder. Nos referimos a los comúnmente denominados «medios de

¹¹ Castells, M., *La sociedad...*, *op. cit.*

¹² Moles, A., y Zeltmann C., *op. cit.*, pág. 56.

comunicación social» que acabarán contribuyendo a la generación de la sociedad de masas surgida también como consecuencia de la industrialización, de lo que se da cuenta en este trabajo más adelante.

El caso es que, desde finales del siglo XIX, en Europa y Estados Unidos, tales medios se apropian de parte de la comunicación social. Podemos decir que se la equipara a la «comunicación mediática», entendida ésta como la producción, transmisión y recepción de contenidos simbólicos a través de las instituciones de los medios.

Es a partir de ese momento cuando, para entender la sociedad, debemos analizar los medios que asumen el papel de vías para la comunicación social. Obviamente, los medios que se hacen dueños de la comunicación social son poderosos porque influyen en nuestro conocimiento, en cómo damos sentido a la realidad y cómo interactuamos con los otros. Atendiendo a John Thompson:

«Si lo que queremos es comprender la naturaleza de la modernidad —es decir, de las características institucionales de las sociedades modernas y de las condiciones de vida creadas por ellas— entonces debemos conceder un papel central al desarrollo de los medios de comunicación y su impacto».¹³

Por tanto, durante más de un siglo, se ha tendido a identificar la «comunicación social» —aun siendo reconocida como una producción social intervenida por los grupos e instituciones de las sociedades— con aquella parte de la comunicación esencialmente mediática, canalizada a través de cualquier tipo de medio de difusión con un impacto social potencial.

Dicha comunicación social, como cualquier otro tipo de comunicación, se ha ido produciendo a partir de la intención de E con respecto a R. A partir de ella, E busca modificar los pensamientos, creencias y/o valores de R para satisfacer sus necesidades. Es por tanto, un aparente proceso de interacción. Sin embargo, la transmisión de la comunicación social a través de mecanismos que raramente se han desmarcado de lo mediático durante el último siglo y que prácticamente han suprimido la comunicación social directa, ha hecho que desde el siglo XIX se haya venido produciendo una paradoja que impida que estemos hablando de un proceso comunicativo completo: en la

¹³ Thompson, J. B., *Los medios y la modernidad*, Barcelona, Paidós, 1998, pág. 15.

comunicación social y mediática a la que estábamos acostumbrados antes de la aparición de internet, el receptor no podía, como cabría esperar del proceso comunicativo descrito por Martín Serrano, asumir el rol de emisor para responder de alguna manera al emisor primigenio. La comunicación social y mediática unidireccional desarrollada por los medios de difusión social ha sido, se puede decir, un tipo de comunicación antinatural, ajustada a la intención de E y sin posibilidad de respuesta para R.

Curiosamente, esta manera de tratar el proceso comunicativo ha sido asumido por las teorías estrictamente informacionales, como la cibernética de Norbert Wiener de 1948 y la teoría matemática de la comunicación de Claude E. Shannon y Warrer Weaver de 1949.¹⁴ Tales enfoques teóricos han abierto el camino para un tratamiento metodológico estricto de los problemas de transmisión, tanto física como biológica, y reacción-control, aunque con el contrapeso de un cierto reduccionismo del paradigma comunicación-información o desproporcionado énfasis en los procesos de transmisión y olvido subsiguiente de la conexión entre información y acción e información e interacción, según Pablo del Río Pereda.¹⁵ Por tanto, las teorías informacionales son insuficientes para entender la comunicación social

2.3. Medios de difusión social

Para entender la organización del modelo de comunicación social actual conviene que definamos qué es un medio de difusión social y cuáles son sus funciones. Ello nos lleva a echar la vista atrás, desde la invención de la imprenta hasta el desarrollo de la comunicación y la cultura de masas. En este apartado también se responde a cómo el proceso ha generado un tipo de ciudadano que puede ser calificado como «masa» o como «público».

2.3.1. Breve historia de los medios de difusión social

A continuación ofrecemos un breve recorrido histórico que comienza con el invento que permitió el nacimiento de todo un sistema de comunicación social que ha caracterizado a la sociedad moderna y contemporánea occidental. Nos referimos a la imprenta, creada por

¹⁴ Wiener, N., *Cibernética*, Madrid, Guadiana de Publicaciones, 1971; Shannon, C. E., y Weaver, W., *The mathematical theory of communication*, Urbana, The University of Illinois Press, 1964.

¹⁵ Del Río Pereda, P., *Psicología de los medios de comunicación*, Madrid, Síntesis, 1996.

Johannes Gutenberg en 1440. Tal y como apunta Denis McQuail, la imprenta permitió la aparición del que se considera primer medio de difusión de masas, el libro, cuya introducción en la sociedad fue paulatina debido a que se requería la alfabetización de la audiencia para su consumo.¹⁶

El bajo nivel de acceso a la educación —y por ende a la alfabetización— en la sociedad occidental moderna también fue determinante para que el consumo del siguiente medio en aparecer, el diario, se instaurase de manera muy progresiva. Los periódicos acompañan al desarrollo de las primeras democracias parlamentarias durante los siglos XVIII y XIX, sobre todo en Inglaterra y Francia. Sin embargo, no es hasta la invención del telégrafo en 1833 por Samuel Morse y de la linotipia en 1884 por parte de Ottmar Mergenthaler —ambos avances se producen en plena revolución industrial— cuando se comienza a hablar de los periódicos como medios de difusión con impacto social masivo.

La prensa, ya como medio de masas en donde desarrollaban su labor por primera vez profesionales del periodismo, continuaría su proceso de evolución con la invención del teléfono en 1876 por parte de Alexander Graham Bell, que supuso una nueva forma de comunicación interpersonal pero también un medio a través del cual la información llegaba más rápido y con menos problemas técnicos hasta las redacciones que con el telégrafo.

A ello se le sumó la incorporación de la fotografía como recurso informativo que empezó a aparecer en los periódicos de manera extensiva a finales del siglo XIX. Por las mismas fechas, en 1895, irrumpió el cinematógrafo de los hermanos Lumière, primera ocasión en la que el ser humano tuvo la oportunidad de ver imágenes en movimiento y que se convertiría en el primer medio de masas audiovisual.

Hay que esperar hasta 1920 para ver nacer un nuevo medio de masas: la radio. Las primeras emisoras con programación regular comenzaron en Argentina y las primeras licencias comerciales se concedieron en Estados Unidos. Tal y como ya se entendían por aquel entonces los periódicos, las emisoras de radio nacen con la intención de ser un medio empresarial para la obtención de recursos económicos a través, esencialmente, de

¹⁶ McQuail, D., *op. cit.*

la publicidad, según Armand Balsebre.¹⁷ El desarrollo de la radio fue rápido y se reconoce una «época dorada» del medio en Estados Unidos y Europa que va de 1930 hasta 1960.

Es, precisamente, entre el final de la época dorada de la radio y el inicio de la época dorada de la televisión cuando por primera vez la informática se utiliza en un medio de difusión: en 1962, *Los Angeles Times* introduce el uso de cintas perforadas y otras mejoras electrónicas en su sistema de linotipia.

Durante la segunda mitad del siglo XX, la televisión es el medio de difusión predominante en términos de alcance y audiencia. Históricamente y a nivel mundial, el medio ha tenido como referencia tradicional tres modelos: el público europeo (sostenido por grandes emisoras estatales financiadas con fondos públicos); el privado comercial (basado en la existencia de grandes cadenas, la mayoría de ellas nacionales, que reciben ingresos a través de la publicidad); y el modelo en red norteamericano (compuesto por emisoras privadas distribuidas por el territorio que se asocian para producir y emitir los mismos contenidos). En cualquier caso, los modelos de televisión se han caracterizado por recurrir al monopolio o al oligopolio como forma de organización empresarial. A día de hoy, para Enrique Bustamante, la televisión pública pierde peso específico en el sector, se registra un auge del modelo comercial pero una crisis publicitaria, un cierto desarrollo de la producción independiente y local y una expansión del modelo de pago.¹⁸

En la década de 1990, el nacimiento de internet comercial a través de la línea telefónica analógica convencional supone un nuevo hito que derivaría en unos cambios drásticos en los modos de comunicación y organización social, de acuerdo con Castells.¹⁹ El predominio de la televisión, como medio de difusión social, se ha visto interrumpido por internet; en la actualidad, ambos medios son los dos pilares que sostienen el modelo comunicativo social, cada uno aportando posibilidades de producción y consumo diferentes.

2.3.2. Diferencias entre medio de comunicación y medio de difusión social

Llegados aquí, debemos aclarar una cuestión importante: se debería distinguir entre medio de comunicación y medio de difusión social. Conviene hacer diferencias porque,

¹⁷ Balsebre, A., *El lenguaje radiofónico*, Madrid, Cátedra, 1994.

¹⁸ Bustamante, E., «Televisión: globalización de procesos muy nacionales», en Bustamante, E. (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa, 2008, págs. 167-206.

¹⁹ Castells, M., *La era de la información. La sociedad red*, Madrid, Alianza Editorial, 2005.

para empezar, las definiciones de medio de comunicación son tan numerosas como confusas. No hay un acuerdo académico al respecto, se tiende a entremezclar atributos propios del medio de comunicación con el de medio de comunicación de masas, y a asociar el término canal con medio. Es lo que ocurre en la siguiente definición de Marcos Andrés Bonvín:

«Los medios de comunicación (...) se pueden definir como los canales tecnológicos o artificiales por medio de los cuales se busca, selecciona, produce, transmite la información dirigida a grandes colectivos. Y es que todo sistema de comunicación requiere una vía».²⁰

Se puede estar de acuerdo, como dice McQuail, en que los medios se transmiten a través de canales tecnológicos y que se encuentran segmentados a partir de la tecnología que utilizan.²¹ Pero asimilar el medio al canal, es un simplismo bastante recurrente. Sería confundir el medio con la frecuencia del espacio electromagnético por la que llega la onda o el cable por el que circulan los dígitos. El medio de comunicación es mucho más complejo que el canal.

Quizás los responsables de definir el concepto han sido demasiado pretenciosos y han querido abarcar aspectos muy diferentes en una sola definición. Las definiciones de medio de comunicación han tratado de poner en común atributos de instrumentos como la carta, el libro, el telegrama, la llamada telefónica, el email, la radio, pasando por el periódico, la televisión, e internet.

Sin embargo, un verdadero medio de comunicación, para poder denominarse así, debe permitir alguno o varios de los niveles de comunicación anteriormente señalados: interpersonal, intragrupal, intergrupala, organizacional y masiva. De modo que, un medio de comunicación tiene que ser una forma determinada de comunicación, que permita desarrollar diferentes niveles de interacción a través de la transmisión de información. ¿Por qué? Porque el medio de comunicación, debería, atendiendo a la definición de comunicación anteriormente propuesta, posibilitar la manifestación comunicativa de R. Simplemente reivindicamos que el verdadero medio de comunicación permita la comunicación, como mínimo, bidireccional.

El teléfono es un medio de comunicación. El correo postal es un medio de comunicación. El telegrama es un medio de comunicación. Sin embargo, estos medios no son iguales a

²⁰ Andrés Bonvín, M., *Medios de comunicación*, Barcelona, Octaedro, 2006, pág. 16.

²¹ McQuail, D., *op. cit.*

otros medios a los que también se ha denominado tradicionalmente «de comunicación» incorporándole el adjetivo «social» (la prensa, la radio y la televisión).

Por esta razón, para denominar a los medios de comunicación social anteriores a la aparición de internet (la prensa, la radio, la televisión, el cine), que no facilitan la manifestación comunicativa de R, es más pertinente la denominación «medio de difusión» que utiliza James Curran.²²

Una vez aclarado esto se precisa de un tipo de definición normativa de medio de difusión social. Para ello se puede recurrir a una descripción tradicional que vincule el concepto medio de difusión social a institución mediática. En primer lugar, cabe decir que las definiciones normativas de institución mediática señalan lo que debería ser el medio de difusión social ideal. Lo que luego se produce en la práctica puede ser otra cosa, cuestión que se trata más adelante.

McQuail sugiere que los medios constituyen un conjunto de organizaciones y actividades mediáticas asociadas a unas normas, formales e informales, de funcionamiento y, también, a los requisitos legales y éticos establecidos por la sociedad.²³ Estos medios ideales reflejan las expectativas del público en general y de otras instituciones sociales (los políticos, los gobiernos, la justicia, la religión y la economía). Además, tales instituciones mediáticas han ido creciendo paulatinamente alrededor de las actividades clave de publicación y difusión de información, se encuentran externamente segmentadas en función del tipo de tecnología que utilizan y son conocidas por su nombre comercial.

Inicialmente, la actividad principal de un medio de difusión social es distribuir conocimiento (información, ideas cultura) en nombre de quienes quieren comunicar y en respuesta a demandas individuales y colectivas. Así han descrito esta actividad los teóricos funcionalistas. Lasswell sostuvo en 1948 que los medios de difusión tienen tres funciones sociales: permitir que los ciudadanos sepan y controlen qué está sucediendo sin que se sientan amenazados, facilitar la coordinación de la sociedad (porque generan canales de comunicación entre diferentes grupos sociales que pueden ofrecer una repuesta coordinada), y facilitar la transmisión de valores a la generación siguiente.²⁴

²² Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*

²³ McQuail, D., *op. cit.*

²⁴ Lasswell, H. D., «The Structure and Function of Communication in Society», en *op. cit.*

La actividad principal de los medios de difusión social consiste en la producción y distribución de contenidos simbólicos; los medios actúan en el ámbito público y están regulados en consecuencia; la participación del emisor o receptor es voluntaria, la organización es profesional y burocrática; y carecen de poder a la vez que disfrutan de libertad.

Hay que añadir también que el contenido de los medios está incrustado dentro de la sociedad y de los individuos que la componen. Según Curran, desde la década de 1970, los investigadores asignan otras funciones a los medios. Estaríamos hablando de facilitar el compañerismo, la interacción personal, la adquisición de nuevas percepciones sobre uno mismo y de los demás, la experimentación de la liberación emocional, el escapar de la realidad no deseada y el ser una fuente de relajación. Los medios ofrecen, de esta manera, un servicio para promover un sentimiento común, la posibilidad de una experiencia social unificadora, la integración dentro del orden normativo y de los valores morales de la sociedad, de lo que es correcto e incorrecto. Los medios de difusión son, pues, un lugar desde el que, a través de lo que se considera la aprobación o desaprobación colectiva, se dice lo que es correcto y lo que no. En consecuencia, se puede entender que los medios de difusión no son un reflejo de la realidad pura e inmediata, sino más bien un exponente social de las actitudes y de los sentimientos colectivos.²⁵

Sintetizando, las características ideales de los medios de difusión social, entendidos como instituciones mediáticas son las siguientes, según McQuail:²⁶

- «– Son instituciones que forman parte de la esfera pública, abiertas a todos los ciudadanos, como emisores o receptores. Tratan cuestiones susceptibles de influir en la formación de la opinión pública.
- Están capacitados, con un notable grado de libertad, como agentes económicos, políticos y culturales.
- Formalmente, carecen de poder; hay una relación lógica entre esta ausencia de poder y la libertad de que disfrutan los media.
- La participación en ellos es voluntaria y no implica obligación social alguna; hay una clara asociación entre el uso de los medios y el tiempo de ocio, y una disociación respecto al trabajo o funciones».

²⁵ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*

²⁶ McQuail, D., *op. cit.*, págs. 42 y s.

Entre estas atribuciones hay una que se puede criticar: la que hace referencia a que «carecen de poder» y que por ello mismo disfrutaban de «libertad». Como veremos más adelante, algunos medios de difusión social se han aproximado de forma indudable a los poderes políticos y/o económicos.

2.3.3. *Comunicación social y discurso de masas*

La paulatina alfabetización de las clases obreras, que se iban aglutinando en las urbes, y los avances técnicos en los procesos de producción de información fueron los detonantes necesarios para que, ya durante la segunda mitad del siglo XIX, se diesen las primeras difusiones de masas y, con ellas, se fuese gestando el discurso de masas.

Una definición de este tipo de sociedad es la que ofrece José Ortega y Gasset en *La rebelión de las masas*, en 1930. Para el autor, la «masa» la constituirían aquellos individuos o grupos de individuos diferenciados de las minorías, que son individuos o grupos de individuos especialmente cualificados. Formaría parte de la masa todo aquel que no se valore a sí mismo, que se sienta como todo el mundo pero que no se angustie por ello. En contraposición, habría un hombre selecto que, sin creerse superior a los demás, se exigiría más a sí mismo. Los individuos que integran las masas preexisten pero repartidos en pequeños grupos o incluso solos, llevando una vida diferente y disociada, según el autor.²⁷

Sin embargo, el autor se sorprende de la aparición de una masa que pasa a ocupar lugares desde donde se crea la cultura humana, producida antes por minorías. Ortega y Gasset sitúa al frente de los medios de difusión de masas, al fin y al cabo, a la propia masa. De sus palabras se puede deducir que, si el punto de partida de la cultura de masas es la propia masa, aquellos que deciden qué deben ofrecer los medios de difusión también son parte de la masa. Para que la masa asuma la función de crear cultura, se le tiene que generar una necesidad que antes no existe. Esa necesidad de consumo y a la vez de producción la generan los propios medios de difusión.

Llegados a este punto de la discusión cabe buscar un concepto que se contraponga al de masa. Si vamos a teorizar sobre una propuesta comunicativa que permita a los individuos integrarse realmente en los procesos deliberativos sociales que contribuyan a la democracia, necesitamos otro tipo de actor porque la masa, teniendo en cuenta lo que dice

²⁷ Ortega y Gasset, J., *La rebelión de las masas*. Madrid, Espasa-Calpe, 1969.

Ortega y Gasset, no sería capaz de producir una opinión pública crítica. No estaría capacitada para ello porque desde la actitud pasiva de la masa no puede surgir ningún tipo de voluntad de reivindicación y de control de las cuestiones públicas. Al fin y al cabo, la masa se mantiene ocupada con la producción de bienes y servicios de consumo y entretenida con el consumo de lo que se produce. La masa puede ser el resultado de un proceso comunicativo unidireccional marcado desde los grandes medios de difusión social. Pertenecer a la masa significa, a fin de cuentas, tener un conocimiento menos diverso de determinadas cuestiones —incluyendo lo que afecta a lo público— y conformarse con ello, lo que también equivale a ser menos libre en términos de acceso a argumentos críticos contrarios al poder establecido. Charles Wright Mills contrapone los conceptos de masa y público. Para el autor, el público está compuesto por aquellos que opinan en un marco de libertad de discusión con el objetivo de que los representantes ejecuten las soluciones que éste propone:

«Constituye el telar de la democracia clásica del siglo XVIII (...) Su raíz es el concepto de la autoridad debatida y se basa en la esperanza de que la verdad y la justicia surgirán de algún modo de la sociedad constituida como un gran organismo de discusión libre. El pueblo se plantea problemas. Los discute. Opina sobre ellos. Formula sus puntos de vista. Estos se exponen de manera organizada y compiten entre sí. Uno de ellos “gana”. Luego el pueblo aplica esta solución o bien ordena a sus representantes que la apliquen y así sucede».²⁸

El público, en su conjunto, no puede estar conformado sólo por un grupo más o menos numeroso de individuos. Hay que hallar un concepto que se ajuste mejor a lo que se espera del individuo según parámetros democráticos. Para que el individuo pueda participar de la democracia debe tener un estatus formal que le permita asumir derechos y obligaciones y participar de los conflictos políticos. Tal estatus lo tiene el ciudadano. Por tanto el público estará compuesto por ciudadanos, pero tales ciudadanos sólo serán público si mantienen una actitud activa, reivindicativa y comprometida con las cuestiones públicas.

A la discusión sobre comunicación y democracia que se pretende en este trabajo falta por aportar alguna definición de opinión pública que provenga de la teoría de la

²⁸ Mills, C. W., citado en Cebrián, E., «La comunicación de masas», en Herrero J. C. (ed.), *op. cit.*, pág. 41.

comunicación social. Nos podemos quedar con la siguiente descripción de Walter Lippman, por ser clara y completa:

«En general denominamos asuntos públicos a los aspectos del mundo exterior que están relacionados con comportamientos desarrollados por terceros y que en alguna medida interfieren con el nuestro, dependen de nosotros o nos interesan. Las imágenes mentales creadas por ellos, las imágenes de ellos mismos, de otros individuos, de sus necesidades, propósitos y relaciones constituyen sus opiniones públicas. Las imágenes que provocan reacciones por parte de grupos de personas, o de individuos que actúan en nombre de grupos, constituyen la Opinión Pública, con mayúsculas»²⁹

Los medios de masas han contribuido a la generación del discurso de masas, que trajo consigo la cultura de masas, cuyos rasgos siguen estando presentes en todo el mundo a día de hoy según Gustavo Cardoso,³⁰ aunque se han ido diluyendo para W. Russell Neuman.³¹ Tales rasgos implican:

- Una cultura extendida y homogénea.
- Una separación entre emisores y receptores y, por tanto, una pasividad de los destinatarios.
- Que lo más importante es la transmisión en sí del mensaje, más incluso que el contenido que tienen.
- Que lo que interesa de la masa no es la especificidad de los destinatarios, sino la pluralidad de estos destinatarios.

En el contexto de la cultura de masas, los medios de difusión suponen un recurso de poder, un instrumento potencial de influencia, control e innovación en la sociedad; el modo primario de transmisión y fuente de información esencial para el funcionamiento de la mayoría de instituciones sociales; una fuente importante de definiciones e imágenes de la realidad social, un lugar donde se construye, almacena y expresa de manera más visible la cultura y los valores cambiantes de las sociedades y grupos humanos; la fuente primaria de la fama y de la posición de los famosos y de un desempeño eficiente en la esfera pública y el origen de un sistema de significados, ordenado y público, que

²⁹ Lippman, W., *La opinión pública*, Madrid, Cuadernos de Langre, 2003, pág. 42.

³⁰ Cardoso, G., *Los medios de comunicación en la sociedad en red: filtros, escaparates y noticias*, Barcelona, Editorial UOC, 2010.

³¹ Neuman, W. R., citado en McQuail, D., *op. cit.*

proporciona un patrón de lo que es normal, empírica y subjetivamente, donde se señalan las desviaciones y se hacen comparaciones en función de esta versión pública de la normalidad. Todo ello según Neuman.

Recapitulando, hasta aquí hemos visto que los medios de difusión de masas contribuyen a la formación de un discurso que genera lo que podríamos denominar «ciudadanía-masa», pasiva desde el punto de vista de la reivindicación pública, desconectada entre ella y, en definitiva, aletargada y satisfecha o resignada con lo que tiene. Para cualquier poder con intención de controlar a la ciudadanía a través de la influencia del discurso, la ciudadanía-masa es más conveniente que la «ciudadanía-público», dispuesta a opinar en condiciones de libertad con la intención de manifestar reivindicaciones que sean atendidas por el poder. A la ciudadanía-masa, sin conciencia de bien ni de mal, se le transmite un discurso mediático que le invita a aceptar reglas previamente establecidas por el poder, sin que haya margen para la respuesta. La propia ciudadanía-masa, acostumbrada a su pasividad, no responderá y se dedicará a asumir aquello que se le diga desde el poder a través de los medios. Sin embargo, la ciudadanía-público se desmarcará de la actitud pasiva y buscará otro tipo de discurso que muchas veces encuentra en medios alternativos a los de masas.

Supuestamente, la regulación del derecho a la libertad de información que recoge la Constitución Española (CE) se hizo pensando en la necesidad de garantizar la existencia de una ciudadanía-público que bebiese de aquello que contaban los medios de difusión social y que contribuyese a la formación de una opinión pública crítica. Por eso dese la CE se exige que los medios fuesen veraces en sus informaciones. Veamos a continuación de forma más detallada cómo los medios han contribuido, sin embargo, a la formación de un discurso único dirigido a la ciudadanía-masa y cómo se regula el derecho a la libertad de información en España.

2.4. Discurso mediático y derecho a la libertad de información

Para poder ofrecer una discusión completa consideramos necesario que, antes de pasar a analizar las consecuencias que internet tiene sobre la comunicación social, se aborde el control de los medios de difusión social y el Estado del derecho a la libertad de información, al menos en España. Analizar ambas cuestiones nos tiene que servir para describir mejor el contexto en el que internet se desarrolla en relación al control de la

información —quién decide el discurso informativo y desde qué posición— y la legalidad vigente.

2.4.1. *Tendencia al discurso y a la propiedad únicos de las instituciones mediáticas*

Coincido con Pierre Bourdieu cuando afirma que el sistema mediático se diferencia de otros campos culturales porque el primero pone menos obstáculos a las fuerzas externas y comerciales.³² Desde luego, han sido muchos los autores que, desde una perspectiva crítica y en oposición a los teóricos liberales, han descrito la continua aparición de unos medios controlados desde una cúspide poderosa en la que los intereses políticos y económicos han ido confluyendo.

Podemos entender mejor cómo se ha ejercido el control de los medios a partir de los cinco modelos de comunicación social que describe Jesús Timoteo, de los que doy cuenta a continuación al considerarlos completos y sintéticos.³³ Según el autor, en Occidente, la información se organiza como una herramienta política. El poder, en función del contexto histórico, construye una estructura defensiva y/u ofensiva que deriva en cinco modelos de sistema de medios.

El primero de ellos «el modelo absolutista» se desarrolla durante el período de las monarquías absolutas europeas (1500-1800), con la aparición de los Avisos y Gacetas (primeros periódicos), la propaganda, la imprenta, y los correos regulares, para la distribución de informaciones, leyes, decretos y noticias. Según Timoteo «no es casual que la propaganda nazca como concepto y estructura organizada en el Concilio de Trento (1545-1563) y que desde 1572, bajo el Papa Gregorio XIII, esté operativo el Dicasterio denominado *De Propaganda Fide*. Tampoco es casual que la imprenta comience a desempeñar esos mismos años un fundamental papel como agente de cambio social o que el emperador Carlos entregue en concesión el servicio regularizado de correos a los Von Taxis en el año 1502».³⁴ Estas cuatro formas de comunicación serán utilizadas por los monarcas absolutos como un instrumento de organización y mantenimiento de su personal poder. El rey absoluto crea una política defensiva a partir de la censura previa, impuestos y la política (como la Inquisición). En la parte ofensiva, el rey utiliza los

³² Bourdieu, P., *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.

³³ Timoteo, J., «El control político de la información», en Herrero, J.C. (ed.), *op. cit.*, págs. 407-428.

³⁴ *Ibíd.*, pág. 409.

periódicos (oficiales, officiosos, controlados), la propaganda, el control de la imprenta y de los correos.

El segundo modelo de sistema de medios es el «modelo de los estados liberales» (1800-1980), que sustituyen a las monarquías absolutas. Con ellos nace la libre expresión, que «incluye varias libertades complementarias: libertad de pensamiento, libertad de opinión, libertad de publicación e impresión, libertad de distribución y venta, libertad de organización y empresa», como dice Timoteo.³⁵ Sin embargo, los parlamentos modernos se las ingenian para controlar quién y cómo ejerce tales libertades. De este modo, en el segundo modelo, nos encontramos con una libertad de expresión gestionada por el Estado, a través de una legislación parlamentaria, que promulga límites mediante leyes de libelo, contra las ideas radicales, la creación de impuestos, y una estructura que parte del control estatal de los medios, industrias culturales y propaganda, a través de la gestión de las telecomunicaciones, los correos y los puntos de distribución. Si bien es cierto que los impuestos y controles indirectos fueron disminuyendo a lo largo del siglo XIX, no menguó el control político de la información. Los controles, más que sobre las fuentes, se ejercen sobre el flujo informativo. Según el autor, en este sistema, las recién nacidas agencias de noticias tienen un papel fundamental:

«Cuatro agencias de noticias (*Havas* —hoy *France Press*—, *Reuters*, *Associated Press* —hoy *AP*— y una agencia de Berlín hoy desaparecida de nombre *Wolf*) establecieron, naturalmente con ayuda directa (en Francia y Alemania) o indirecta (en Gran Bretaña y Estados Unidos), un monopolio mundial de la circulación de informaciones a través de las líneas telegráficas y sobre el mismo, un “cartel” de agencias, un monopolio mundial de la circulación y el flujo informativo. Todo el circulante que llegaba a los periódicos de todo Occidente atravesaba los oportunos estadios de las agencias referencias en Nueva York (*AP* controlaba todo el continente Americano, norte y sur), Londres (controlaba todo el mundo colonial de África, Asia y Oceanía), París (controlaba todo el sur de Europa y las riveras del Mediterráneo), o Berlín (controlaba los territorio del noreste de Europa y Rusia)».³⁶

No obstante, es innegable que desde mediados del siglo XVIII y hasta la actualidad, surge un periodismo con funciones sociales específicas y con capacidad de poder político, definido por el consenso académico como «Cuarto poder». La defensa de la libertad de

³⁵ Pág. 411.

³⁶ Pág. 412.

expresión y de comercio por parte de la ideología liberal, el nacimiento de la prensa moral, como forma de crítica al sistema establecido, del periodismo político ligado a los partidos políticos y desligado del poder oficial y de la prensa de negocio, son el germen que apuntala otra manera de entender la información periodística que tiene su referente en *The Times* (1785), de Londres.³⁷ Las convulsiones de la primera mitad del siglo XX fraguarán en dos tipos de organización del Estado: el totalitarismo o la democracia parlamentaria. A partir de estas dos formas se generan otros dos modelos mediáticos más: el «modelo de las dictaduras» (esencialmente comunistas o nazi-fascistas), a partir de 1920, y el «modelo de responsabilidad social» de los medios, a partir de 1950.

En el modelo mediático de las dictaduras, que sería el tercero de los modelos, la información es controlada por un ministerio de propaganda y/o formación que controla los campos de los medios, la educación, el deporte, la cultura, las telecomunicaciones y que cuenta con su policía política. Obviamente, existen la censura previa y los sindicatos profesionales están controlados por el Estado.

En el cuarto modelo, en el de la responsabilidad social de los medios, el Estado se convierte en el primer empresario mediático, ya que de alguna manera participa directa o indirectamente en las redes de comunicaciones, los correos, las agencias de noticias, las cadenas de radio y televisión, las industrias culturales y es el primer anunciante, sin impedir que haya un sistema de medios privados. En tal contexto, la opinión pública es el gran objetivo para la política y las empresas, y los medios son la plataforma para poder llegar hasta ellos. Este modelo, de acuerdo con Timoteo:

«Implica un pacto de mutuo apoyo: los medios y empresas privadas se comprometen con el Estado al fomento, mantenimiento y apoyo del sistema político, se responsabilizan en la educación para la democracia y en el soporte del sistema parlamentario y a cambio el Estado les ofrece apoyo económico en publicidad, en concesiones y concursos, en reducción de impuestos sobre el papel o sobre la distribución».³⁸

El quinto y último modelo de control político de medios sería el de la «sociedad mediática» (de 1980 a la actualidad), en la cual la relación entre el poder político y los votantes, usuarios y contribuyentes que lo avalan, se establece exclusivamente a través de

³⁷ *Ibíd.*

³⁸ Pág. 421.

los medios. En este caso, el poder político se esfuerza por controlar el discurso mediático como garantía de éxito electoral, según el autor:

«Quien controla las televisiones —y muy pronto las pantallas de telefonía móvil—, quien controle las técnicas del espectáculo y los lenguajes de actor en las pantallas, quien controla los tiempos del flujo informativo y es capaz de abrir los telediarios es quien juega con mayores posibilidades de conseguir el éxito electoral y alcanzar el poder, objetivo elemental de toda relación entre política y medios».³⁹

Los modelos informativos dictatoriales y de la sociedad mediática casan con la idea del discurso único, promulgada por autores como Noam Chomsky, Edward S. Herman. Ambos describen la adopción de un modelo de «democracia progresiva», que tiene su origen en el seno de los gobiernos de Estados Unidos Unidos y del Reino Unido a principios del siglo XX. Tal modelo se sustenta en el desarrollo de una estrategia a través de la cual se vinculan a los medios de difusión con el poder establecido, creando una relación estrecha y prácticamente de dependencia mutua, con el fin de hacer llegar a la ciudadanía-masa un tipo de discurso que posibilite su control. Según los autores, el modelo de «democracia progresiva» basado en un discurso único, se ha extendido y se ha aplicado desde ese momento en diferentes contextos.⁴⁰

El caso es que fue especialmente en Estados Unidos, durante el gobierno de Woodrow Wilson (1913-1921), cuando se desarrollaron esfuerzos propagandísticos desde la Casa Blanca para que la población estadounidense, pacifista según Chomsky, aceptasen entrar en la Primera Guerra Mundial. Esta primera gran estrategia de propaganda a nivel nacional fue articulada por medio de la *Comisión Creel*, grupo de propaganda gubernamental del que formaban parte intelectuales progresistas como John Dewey. Ellos mismos se consideraban los «miembros más inteligentes de la comunidad».⁴¹

La idea no era únicamente hacer que la población aceptase las propuestas gubernamentales, sino evitar que el «rebaño» bramase, en clara alusión a la posibilidad de que los ciudadanos fueran contestatarios con respecto a las decisiones tomadas desde el poder. La mejor manera, según estos intelectuales era fabricar un discurso que difícilmente pudiera ser rechazado.

³⁹ Pág. 424.

⁴⁰ Chomsky, N., y Herman, E. S., *op. cit.*

⁴¹ Chomsky, N., «El control de los medios de comunicación», en *op. cit.*, pág. 10.

Según Chomsky, el influyente periodista y teórico Walter Lippman estaba interesado particularmente en formular una teoría progresista sobre el pensamiento democrático liberal. Añade que Lippmann respaldó todo esto con una teoría bastante elaborada sobre la democracia progresiva, según la cual en una democracia con un funcionamiento adecuado hay distintas clases de ciudadanos. En primer lugar, los ciudadanos que asumen algún papel activo en cuestiones generales relativas al gobierno y la administración. Es la clase especializada, formada por personas que analizan, toman decisiones, ejecutan, controlan y dirigen los procesos que se dan en los sistemas ideológicos, económicos y políticos, y que constituyen, asimismo, un porcentaje pequeño de la población total. Por supuesto, todo aquel que ponga en circulación las ideas citadas es parte de este grupo selecto. Los otros, la mayoría de la población, constituyen lo que Lippmann describe —y Chomsky recoge— como el «rebaño desconcertado» contra el que el poder debe protegerse «cuando brama y pisotea».⁴² Según esta teoría, se puede fabricar el consenso a través de una ingeniería de la propaganda y las relaciones públicas que utilizarán los medios como plataforma para llegar a la ciudadanía-masa. Estaban convencidos de que era necesaria una clase especializada de hombres responsables que entendiesen cuáles eran los verdaderos problemas comunes que la opinión pública no entendía. Tiene sentido, como dice Chomsky, pensar que la teoría democrática liberal y el marxismo-leninismo comparten algunos supuestos ideológicos como el anterior.

Las ideas liberales persiguen en realidad una «democracia progresiva», que parta de un centro de decisión y se expanda hacia la opinión pública, buscando el apoyo de ésta a las decisiones tomadas por unos pocos. Para conseguir la democracia liberal progresiva es necesario que se genere ilusiones y se acentúen ideas a través de un discurso simple, entendible y aceptable por los ciudadanos.

La propuesta de comunicación social de los demócratas liberales de Estados Unidos sigue un patrón clásico del proceso de promoción de la acción del receptor a través de la internalización del discurso. Para que se produzca tal internalización, el receptor debe, en un primer momento, entender qué se le está diciendo (llegar a tener conocimiento de ello); después poder hacerlo (tener capacidad para ello); querer hacerlo (estar motivado para ello); y hacerlo (momento en el que se demuestra la internalización de ello).

⁴² Pág. 12.

Chomsky recuerda que el mismo Lasswell afirma que no se debe sucumbir a los dogmatismos democráticos tras los cuales se defiende que los hombres son los mejores jueces de sus intereses particulares. Encontramos aquí el nexo entre los teóricos democráticos liberales y los teóricos del funcionalismo comunicacional.

Esa es la receta para que, por ejemplo, a través de los medios de difusión, se expanda en Estados Unidos a partir de 1920 y durante gran parte del siglo pasado el «miedo rojo». Ese primer miedo interiorizado por la opinión pública estadounidense es el que precede a otros miedos, hasta llegar al miedo actual al terrorismo internacional, pasando por el miedo a los propios sindicatos, a los que se les asocia desde la cúspide al comunismo y, por ende, al antipatriotismo.

El discurso para la fabricación del consenso tiene que girar, como hemos visto, en torno a ideas simples y a símbolos. Un ejemplo es la bandera. Muchas veces los conceptos a partir de los cuales se busca consenso están vacíos, son simples eslóganes contra los que es difícil posicionarse, como por ejemplo el apoyo a las tropas que describe Chomsky:

«De hecho, tienen una idea de lo que debería ser la democracia: un sistema en el que la clase especializada está entrenada para trabajar al servicio de los amos, de los dueños de la sociedad, mientras que al resto de la población se le priva de toda forma de organización para evitar así los problemas que pudiera causar. Los individuos tendrían que sentarse frente al televisor y masticar religiosamente el mensaje, que no es otro que el que dice que lo único que tiene valor en la vida es poder consumir cada vez más y mejor y vivir igual que esta familia de clase media que aparece en la pantalla y exhibir valores como la armonía y el orgullo americano».⁴³

Se genera de este modo una representación de la realidad, que según Ramonet es transmitida una y otra vez por medios que están muy en sintonía con el poder:

«Es recogida y reproducida por los principales órganos de información económica y principalmente por las “biblias” de inversores y especuladores de bolsa —*The Wall Street Journal, The Financial Times, The Economist, Far Eastern Economic Review, Agencia Reuters, etc.*— que suelen ser propiedad de grandes grupos industriales o financieros».⁴⁴

⁴³ Pág. 22.

⁴⁴ Ramonet, I., «Pensamiento único y nuevos amos del mundo», en Chomsky, N., y Ramonet, I., *op. cit.*, pág. 59.

Por otro lado, se puede aceptar que el pensamiento único está íntimamente ligado a las pretensiones económicas del poder. El discurso único consiste para Ramonet en «una traducción a términos ideológicos de pretensión universal de los intereses de un conjunto de fuerzas económicas, en especial, las del capital internacional».⁴⁵

Según Ramonet, el nacimiento del discurso único de índole económico neoliberal a nivel internacional y que se sirve del keynesianismo se produce a partir de los acuerdos de Bretton-Woods, firmados en 1944 por los países aliados con el objetivo de poner orden en el sistema de relaciones comerciales y monetarias internacionales. A raíz de dichos acuerdos se validan y se promueven instituciones como el Banco Mundial, el Fondo Mundial Internacional, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la Comisión Europea... organizaciones alrededor de las cuales también giran otros tipo de instituciones como fundaciones y universidades. Los conceptos clave del pensamiento único son: el mercado, que sitúa en el centro del capitalismo y muy especialmente, los mercados financieros, que orientan y determinan el movimiento general de la economía; la competencia y la competitividad; el libre intercambio sin límites; la mundialización; la división internacional del trabajo; la moneda fuerte; la privatización; y la liberalización. Se produce así un escenario en el que, en palabras de Ramonet, «cada vez hay menos Estado, y se desarrolla un arbitraje constante en favor de los ingresos de capital en detrimento de los de trabajo».⁴⁶ Por su parte Mills, según McQuail, tacha de falacia el control pluralista y califica a los medios como un instrumento de una élite de poder y como un modo de inducir la conformidad absoluta con el Estado y el orden económico.⁴⁷

La instauración de un sistema que representa el falso progreso de un mundo administrado por un pensamiento único ya fue descrito de manera novelesca tanto por George Orwell, en *Rebelión en la granja* (1945) y *1984* (1949), como por Aldous Huxley en *Un mundo feliz* (1932), obras en las que, recuerda Ramonet, los sistemas articulados de persuasión propagandística tenían una importancia crucial. Dichos sistemas de propaganda necesitan servirse de instrumentos de control social que, en el caso que nos ocupa, serían los medios de difusión social. De esta manera surgen lo que el autor califica como «democracias catódicas»⁴⁸ o lo que Alberto Moncada llama «democracias mediáticas»,⁴⁹

⁴⁵ *Ibíd.*, pág. 58.

⁴⁶ Pág. 60.

⁴⁷ McQuail, D., *op. cit.*, pág. y s.

⁴⁸ Ramonet, I., «Pensamiento único y nuevos amos del mundo», en *op. cit.*

fundamentadas en unas cadenas de televisión que «forman grupos de presión casi tan fuertes como si fuesen los brazos del gobierno», tal y como advierte James Curran.⁵⁰

Giovanni Sartori propone hablar en sentido figurado de un *homo videns*, que sustituye al *homo sapiens*, asediado por las imágenes que transmite un discurso único y atrofia sus capacidades connotativas por medio del continuo impacto sensorial. Su crítica a la sociedad mediática, se apoya en dos fundamentos: en la descripción de una democracia representativa que no se caracteriza por el gobierno del saber, sino por el gobierno de la opinión, y en el apoyo, por tanto, en una opinión pública que es fácilmente dirigida (teledirigida) a través de los medios. Para él «opinión es *doxa*, no es *epistème*».⁵¹ Añade también algo que considero interesante: el continuo bombardeo con sondeos a través de los medios que condicionan a la opinión pública y que también servirían para dirigir el pensamiento y que él califica como el «gobierno de los sondeos».⁵² En cualquier caso, hay que reconocer que la postura de Sartori con respecto a los medios de comunicación y las TIC es tremendamente conservadora, crítica y pesimista. Además, el autor no desarrolla el concepto de «saber». Cabría preguntarle bajo qué premisas, a su parecer, se ponen en marcha los principios, fundamentos, extensión y métodos que validan el correcto conocimiento humano.

Vincent Mosco explica que Dallas Smythe y Herbert I. Schiller, teóricos fundacionales de la economía política ligada a la comunicación en Estados Unidos, se guían más explícitamente por un sentido de la injusticia acerca de que la industria de la comunicación, que se ha convertido en una parte esencial de un orden corporativo mayor que es, bajo su punto de vista, tanto explotador como antidemocrático. Los teóricos de esta corriente muestran preocupación por la influencia de los órganos de política y regulación gubernamental y apoyan a aquellos movimientos que han tenido un rol activo ante organizaciones internacionales, en defensa de un nuevo orden internacional económico, informacional y comunicacional.⁵³ En relación a ello, tal y como afirma

⁴⁹ Moncada, A., *Manipulación mediática. Educar, informar o entretener*, Madrid, Ediciones Libertarias, 2000, pág. 107.

⁵⁰ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*, pág. 226.

⁵¹ Sartori, G., *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Santillana, Barcelona, Ediciones Generales, 2005, pág. 82.

⁵² *Ibíd.*, pág. 80.

⁵³ Mosco, V., «La economía política de la comunicación: una revisión diez años después», en *op. cit.*

Curran, la tendencia a la concentración mediática en un contexto económico neoliberal y globalizado es innegable.⁵⁴

La cuestión de la tendencia a la concentración en manos de unos pocos (o incluso de uno solo), de los medios de difusión social, está muy bien reflejado por Orson Welles en *Ciudadano Kane*, cuyo protagonista está inspirado en William Randolph Hearst (1863-1951), periodista, editor, publicista, político demócrata y, en definitiva, gran hombre de la prensa y los medios estadounidenses de principios del siglo pasado, que llegó a poseer veintiocho periódicos de circulación nacional, además de revistas y emisoras de radio. En la actualidad, hallamos magnates que recuerdan a Hearst: Rupert Murdoch, propietario de la mayor corporación de comunicación del mundo, *News Corporation*; Ted Turner, dueño de *CNN*; Silvio Berlusconi, amo y señor de la televisión italiana; Bill Gates, máximo accionista de *Microsoft*; y, más recientemente, Mark Zuckerberg, cofundador y propietario de la mayor parte de *Facebook*.

En el mercado televisivo español, por ejemplo, se produce una situación oligopolística que es fruto de un proceso de concentración empresarial. Existen diferentes tipos de mercado en función del número de empresas que los componen, la existencia de barreras de entrada de competidores y el tipo de producto ofrecido. En un mercado competitivo hay muchas empresas, ninguna barrera de entrada y el tipo de producto o servicio ofrecido es muy similar. Las empresas son precio aceptantes. En un mercado monopolístico, hay una única empresa, las barreras de entrada para el resto son muchas y el tipo de producto ofrecido es único. La empresa monopolística controla la producción y, aunque depende de la demanda, no soporta la presión de los competidores para modificar sus precios. De acuerdo con Alfonso Vara, tiende a tratar de obtener un beneficio mucho mayor que en condiciones de competencia, comercializar menos cantidad de bien o servicio que el empresario en competencia, y a un precio superior y a tener conductas abusivas.⁵⁵ Según Vara, durante las últimas décadas los gobiernos occidentales han tendido a impedir la formación de monopolios privados porque quieren facilitar la competencia empresarial. Lo suelen hacer a través de leyes antimonopolio, regulando los precios, introduciendo desincentivos como impuestos extraordinarios o asumiendo la propiedad (nacionalizando) los existentes. En el caso de los medios de difusión, los

⁵⁴ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*

Moncada, A., *op. cit.*

⁵⁵ Vara, A., *Economía básica para comunicadores*, Pamplona, Eunsa, 2007.

estados, desde principios del siglo XX, suelen reservarse el derecho del control del espacio electromagnético que permiten la circulación de la información audiovisual, tanto de radio como de televisión. En general, en la mayoría de países, el campo de las comunicaciones, incluyendo la telefonía, ha sido muy controlado desde el Estado, quien tradicionalmente ha adjudicado las correspondientes licencias de emisión.

En el caso de España, la concentración de medios se da especialmente en el medio televisivo. Desde 1989, hemos asistido a un proceso de incremento continuo de adjudicación del número de licencias de televisión y también a sendos procesos de fusión que han generado la aparición de dos grandes grupos televisivos mediáticos: Mediaset España y ATRESmedia. Desde algunos medios de comunicación han tachado la situación de «duopolio», criticando la fuerte concentración de los medios con mayor audiencia en dos únicos grupos. Las fusiones, primero de *Telecinco* y *Cuatro*, y posteriormente de *Antena 3* y *la Sexta*, y sus respectivas cadenas de TDT, fueron autorizadas durante el último gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, entre 2007 y 2011.⁵⁶ Entre ambos operadores concentran una docena de canales, alrededor del 70% de la audiencia y más de la mitad del mercado publicitario televisivo español. En este caso, estaríamos ante un claro contexto empresarial oligopolista: hay pocas empresas, muchas barreras de entrada al mercado para otros posibles competidores, se ofrece un servicio muy similar y las decisiones de las empresas que componen el mercado dependen del comportamiento las otras integrantes. En líneas general, el problema es prácticamente igual que en el caso de los monopolios: el poder de las empresas es amplio y pueden permitirse producir menos que en competencia, a un precio mayor. Otros medios como los diarios o las radios no se han concentrado de la misma manera que la televisión en España, pero bien es cierto que aquéllos que tienen más audiencia suelen pertenecer a algún grupo mediático. De esta manera, los diarios *El País* y *As* pertenecen al grupo Prisa, que también posee la mayor parte de la emisora radiofónica Cadena Ser. Por su parte, el grupo Planeta, con participación en ATRESmedia es accionista mayoritario del periódico *La Razón* y de la emisora *Onda Cero*.

En cuanto a la eficacia de los medios de difusión de titularidad pública, vinculados al Estado, nos encontramos con ejemplos de medios con una autonomía considerables,

⁵⁶ PRnoticias, «Del oligopolio televisivo al duopolio de T5 y A3: el triste legado de la política audiovisual de ZP», en www.prnoticias.com/index.php/television/360-television-digital/20110931-del-oligopolio-televisivo-al-duopolio-de-telecinco-y-antena-3-el-triste-legado-de-la-politica-audiovisual-de-zp, publicado el 16-12-2011, consultado el 16-03-2016.

según Curran, como la *BBC*,⁵⁷ y otros que han evolucionado bajo la sombra de los respectivos gobiernos. Sería el caso de España, en donde el presidente de la Corporación de Radio y Televisión Española puede ser elegido directamente por el Consejo de ministros si no hay consenso en el parlamento pasados seis meses del inicio del debate sobre el nombramiento.

En cualquier caso, los economistas liberales y dueños de grandes corporaciones como Rupert Murdoch consideran que los medios públicos son siempre favorables al gobierno y que será el mercado quien garantice el grado de democracia que necesitan los medios.⁵⁸ Por su parte, los marxistas consideran que si el gobierno es capitalista, los medios, por muy públicos que sean están bajo el control de la burguesía y que, sea como sea, resultarán un reflejo de las estructuras de la dominación de la sociedad.

Curran ofrece una tibia respuesta a las tres críticas anteriores: «Un sistema de medios de difusión que esté de alguna forma vinculado al Estado, ofrece un grado más amplio de pluralismo que sus homólogos desregulados».⁵⁹ En realidad no tiene por qué ser así. No hay razón para pensar que una institución mediática privada no pueda ser tan o más plural que una pública y cumplir con las funciones sociales anteriormente promulgadas. Desde mi punto de vista, se trata de una cuestión de voluntad, más que de titularidad. De cualquier modo, tal voluntad se debería observar tanto desde los medios públicos como privados. En el caso de España, la CE exige que la información de los medios, ya sean públicos o privados, sea veraz. Para que una información sea veraz, debe ajustarse a la verdad o la realidad. Una información ajustada a las realidades que componen un hecho precisa ser contrastada. El contraste, a su vez, demanda pluralidad. Por tanto, todos los medios españoles, públicos y privados, debería cumplir con el mandato constitucional de ofrecer una información veraz que, por ende, será plural.

En el contexto de la mundialización de la información que, según Armand Mattelart, se ha fraguado durante los últimos sesenta años,⁶⁰ la intención de los dueños de los medios de difusión social, cada vez más concentrados, podría haber sido garantizar la pluralidad. ¿Qué es lo que opinan al respecto los teóricos de enfoque liberal de la comunicación? A pesar de esta evidente tendencia a la concentración monopolística u oligopolística

⁵⁷ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*

⁵⁸ *Ibíd.*

⁵⁹ Pág. 227.

⁶⁰ Mattelart, A., *La mundialización de la comunicación*, Madrid, Paidós Ibérica, 1998.

auspiciada por la globalización de la economía, los teóricos liberales apuntan que los medios de difusión actúan como instituciones independientes. Curran apunta que los liberales consideran que los medios reflejarían lo que ocurre alrededor: «Existe un amplio acuerdo dentro de la tradición liberal respecto a que los medios de difusión tienen un alto grado de autonomía dentro de las democracias liberales avanzadas».⁶¹

La visión de los liberales, contra la que se posiciona Curran, es que los profesionales del periodismo desarrollan, en estas instituciones mediáticas independientes, un consenso con la sociedad, articulando de manera inconsciente sus metas y valores colectivos. Según Curran los liberales manifiestan que los periodistas se fueron volviendo, en un momento dado, conscientes de la repercusión social de su actividad y adquiriendo un compromiso con el interés público:

«Los equipos de los medios de difusión adquirieron un sentimiento más fuerte de su propio valor a la vez que también consiguieron un incremento del poder de las decisiones personales, como consecuencia de la proliferación de la división del trabajo y de la especialización dentro de las organizaciones de los medios de difusión, y desarrollaron un compromiso con respecto a un conjunto de valores profesionales que encaran una cultura de interés público».⁶²

Por otro lado, añade Curran, los liberales creen que periodistas se identifican con su público particular para servirle y tratar de que todos los puntos de vista sociales estén representados. Los argumentos liberales insisten una y otra vez en que la competitividad empresarial obliga a los medios de difusión a responder a los deseos, necesidades y los puntos de vista del público.

Como antes he comentado, el control de los medios de difusión comerciales ha pasado y sigue pasando a manos de grandes corporaciones de negocios. Cada vez hay un mayor dominio de las corporaciones sobre la propiedad de los medios y éstas cada vez son más enormes. Pero además, también se tiende a una simplificación de la competencia y, como ocurre en los mercados oligopolísticos, a una disminución de la variedad de la oferta de información y de entretenimiento, a una reducción de la oferta de consumo o, si se prefiere, a una concentración del discurso mediático.

⁶¹ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*, pág. 191.

⁶² *Ibíd.*, pág. 192.

Los medios que ofrecen productos gratuitos de información y entretenimiento tratan de aglutinar la mayor audiencia posible. Ahí reside su negocio. Cuanta más audiencia, mayor precio cobran por la publicidad a los anunciantes. La tendencia de los medios de difusión que pertenecen a los grandes grupos mediáticos es dejar de responder a los deseos, necesidad y puntos de vista del público y dedicarse a ofrecer aquellos contenidos que más audiencia acaparan para acabar de controlar cómodamente el mercado publicitario. Lo hacen a partir de un sistema de ensayo y error. Si un programa no alcanza la cuota de pantalla que considera suficientemente rentable, lo retiran de inmediato. Y, por supuesto, la programación no se decide a partir de criterios de calidad, sino monetaristas.

En el caso de nuestro país, si se analiza ligeramente la programación, vemos como los dos grandes grupos televisivos ofrecen prácticamente calcos de su parrilla a la audiencia, tanto a nivel informativo como de entretenimiento. De manera absurda, la televisión pública nacional de nuestro país e incluso las públicas autonómicas tienden a imitar la programación del modelo de negocio televisivo privado, retirando inmediatamente de la programación aquellos programas que no alcanzan la cuota de pantalla y que los gestores económicos de tales medios estimen razonable, tal y como asevera Javier Mateos-Pérez.⁶³

Para continuar justificando el razonamiento, según Curran, a determinados niveles empresariales en el sector de la comunicación, «se ha cedido más poder a los directores profesionales, implicados más en el funcionamiento del mercado que con la persecución de las metas ideológicas».⁶⁴ Se aprecia, como dice Castells, cómo los directivos de la corporación pasan a gobernar los medios que la integran y las decisiones económicas acaban condicionando el proceso productivo de la información y el discurso de la institución mediática.⁶⁵

Así pues, el empresario es el que manda sobre los contenidos en los medios de difusión social. Tal tesis está apoyada por la crítica a la lógica económica liberal que han asumido los medios de difusión teóricos autores ya considerados clásicos y citados por Curran como Jeremy Tunstall y Herbert Gans.⁶⁶ Los críticos acusan a los medios de haber perdido el contacto con la audiencia e incluso de mostrarse beligerantes con respecto a ella. John McManus habla de la excesiva mercantilización de la actividad de los medios,

⁶³ Mateos-Pérez, J., «La infomación como espectáculo en el nacimiento de la televisión privada en España (1990-1994)», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2009, págs. 315-334.

⁶⁴ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*, pág. 192.

⁶⁵ Castells, M., *Comunicació i poder*, Barcelona, Editorial UOC, 2009.

⁶⁶ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*

que conduce hacia el infoentretenimiento (*infotainment*), una forma espectacularizada y sensacionalista de ofrecer contenidos que hibrida la información periodística y el entretenimiento, banalizando el contenido de las informaciones.⁶⁷ La cuestión es si, a partir de la libertad de información, se puede justificar la validez de cualquier contenido transmitido los medios. Tal y como advierte el Centro de Reportes Alternativos sobre Guatemala (CERIGUA) hay que tener un especial cuidado porque los intereses empresariales se están poniendo tan por delante de las que deberían ser las funciones sociales de los medios que: «cuando se habla de libertad de información, realmente a lo que se está refiriendo es a la libertad de empresa».⁶⁸

¿Qué ocurre con la autonomía informativa de la audiencia en un contexto como el descrito? La audiencia cuenta con unos patrones cognitivos de interpretación que, según los teóricos liberales de la comunicación, le procuran autonomía a la hora de enfrentarse al discurso mediático. Insisten en que la audiencia no es un recipiente vacío a la espera de ser llenado (tendrían sus valores, opiniones y percepciones, formadas por una previa socialización, por formar parte de las redes sociales y como consecuencia de su experiencia personal). Aseveran que, cuando las personas no saben nada de lo que ha pasado, al acceder a los medios lo hacen con unos mapas simplificadores de significados (esquemas interpretativos) que les permiten asimilar la información de un modo selectivo. Esto último estaría conectado con la tradición sociológica cognitiva. Por tanto, según los liberales, la audiencia es autónoma y sabe lo que se hace a la hora de demandar uno u otro producto mediático. Es ésta una manifestación que, particularmente, considero una falacia dado que los teóricos liberales no dicen en ningún momento que los patrones cognitivos se generan, en buena parte, desde los medios. Además, la idea de los liberales es incongruente porque la representación de la realidad mediatizada desde una institución hace que la audiencia tenga, como es lógico, una percepción condicionada, que parte de la selección que hacen otros. De hecho se resta autonomía en cualquier contexto social en donde predomina proceso comunicativo unidireccional, como es el que se hace servir en la comunicación de masas.

Sobre todo, en un contexto como hemos descrito, la audiencia no puede ser autónoma porque hasta ella llega un discurso único mediatizado y fabricado a partir de unas

⁶⁷ McManus J., *Maker-driven journalism: let the citizen beware?*, Thousand Oaks, Sage, 1994.

⁶⁸ CERIGUA, citado en Fleischman, L., Ginesta, X., y López, M., «Los medios alternativos e Internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español», en *Andamios*, vol. 6, núm. 11, 2009, pág. 263.

intenciones que, en ocasiones, transgreden el verdadero sentido de la democracia (recordemos: la búsqueda de un consenso real a través del acceso libre de los ciudadanos al espacio en donde discuten las decisiones que tienen como objetivo el bien común). Como ya se ha dicho, cuando el poder consigue la aceptación generalizado de un discurso único, cuya existencia he argumentado, se obtiene una ciudadanía-masa, no una ciudadanía-público.

Para poder hablar de audiencia-público deberíamos sacar a relucir el concepto de libertad y, en este sentido, considero que no hay libertad si los ciudadanos no cuentan con el conocimiento necesario para enfrentarse a ciertas estrategias informativas que parten desde el poder político y económico. Es fácil observar cómo la audiencia está poco o nada formada en cuestiones relacionadas con el consumo informativo, que la ciudadanía apenas conoce quiénes son los dueños de los medios y sus vinculaciones con el poder, que no se sabe distinguir entre un género periodístico u otro, que hay una tendencia generalizada a llamar «artículo» a cualquier tipo de producto informativo que aparece en prensa, que no se distingue entre el buen periodismo que cumple con una función social y se nutre de fuentes del mal periodismo que trata las cuestiones de manera superficial y espectacularizada.

Por tanto, no estoy de acuerdo con la visión liberal acerca de una audiencia por lo general autónoma que, en realidad, haya podido ser objeto de la transmisión continua de un discurso único, que desconoce cómo trabajan los medios y que poco crítica puede ser con respecto a la calidad de las informaciones que consume, a veces, de forma indiscriminada.

Descrito este escenario de tendencia al discurso único y control económico por parte de unos pocos, cabe reflexionar sobre cuáles son las opciones de las instituciones mediáticas y el rol de los informadores profesionales. ¿Hay cabida para las funciones ideales de las instituciones mediáticas que describe McQuail? Se supone que sí, porque la necesidad de manifestación comunicativa por parte del receptor de la información es natural, como hemos defendido. Un comunicador profesional puede tener la necesidad natural de manifestarse y hacerlo a partir de criterios propios que escapen al discurso único. Incluso puede estar ayudado por un público que desea que su visión también se difunda socialmente. Lo único que ha de hacer es encontrar el medio adecuado que escape de tanto discurso único y de tanto control económico.

En este caso, podemos hablar de dos paradigmas, según Brian McNair: el de «competencia ideológica» y el de «dominación».⁶⁹ Hay medios que cumplen con la función de «Cuarto poder», que antes mencionábamos. Son medios que actúan desde el paradigma de la competencia ideológica, que sirven como espacios para promover el debate público. Se proclaman independientes del poder político y cultural y gestionan y examinan las acciones de aquéllos que, en otras esferas, son los poderosos. Los profesionales que nutren de contenidos tales medios, que descubren y no solo cubren, son *perros guardianes*.

Por contra, los medios que actúan desde el paradigma de la dominación, fomentan relaciones de dominación y subordinación entre grupos sociales básicamente desiguales, no sirven al interés público, sino al interés dominante, privado, egoísta, de una sociedad estratificada según clases, géneros y etnias, están manejados por *perros traidores*.

Por tanto, el sistema de medios controlado por el poder político y económico, que ha ido adquiriendo forma durante más de cien años, no puede suponer la totalidad de la realidad mediática. Si bien los medios de difusión social con mayor audiencia han seguido el camino de la comunicación unidireccional, sin posibilidad de manifestación comunicativa por la parte de los receptores y han evolucionado en parte en connivencia con los poderes políticos y económicos que los han nutrido de un discurso único por medio de la propaganda y las relaciones públicas, también ha habido subterfugios para una difusión social alternativa.

La comunicación es una necesidad humana y social. El ser humano, como individuo, precisa responder a los mensajes que le llegan y transmitir los suyos propios hacia otros. Lo mismo ocurre con instituciones sociales como la familia, la escuela y las organizaciones en general. Todo aquello que compone la sociedad civil no existiría si no fuera por la comunicación humana y social. Como ya hemos dicho, la tendencia del individuo y de las instituciones sociales a comunicarse de forma natural entre ellos es lo que ha permitido que se dé la humanización, esto es, la organización social de los individuos. La propia naturaleza de la comunicación ha permitido que siempre haya habido lugar para una comunicación bi o multidireccional. La propia naturaleza de la comunicación humana y la voluntad de determinados sujetos por comunicarse entre ellos de forma libre para hacer reivindicaciones públicas ha sido, pues, lo que ha permitido que

⁶⁹ McNair, B., *The Sociology of Journalism*, Londres, Arnold, 1998.

exista una ciudadanía-público que no se conforme con un discurso de masas. Gracias a la ciudadanía-público surgen fuerzas sociales que, a través del diálogo colectivo, pretenden modificar o cambiar las opiniones y actitudes que prevalecen. Como asevera Curran, si consiguen fuerza numérica, incluso podrán tener «influencia política sobre el Estado, y utilizar ese poder y esos recursos para modificar la organización y la cultura de la sociedad».⁷⁰ Estas voces contestatarias han llegado a generar sus propios medios de difusión, aunque en unas condiciones desventajosas con respecto a las instituciones mediáticas ya establecidas.

Luciana Fleischman, Xavier Ginesta y Miguel López Calzada sugieren que las definiciones que encontramos sobre estos medios resultan algo dispares y ambiguas ya que nos topamos, por un lado, con escasas definiciones desde el ámbito académico, y por otro, una proliferación de términos utilizados indistintamente desde la práctica por los protagonistas de estas experiencias.⁷¹ Para estos autores, tales medios se pueden clasificar como «radicales» o «alternativos». Según Christopher Atton, los primeros tendrían que ver con el cambio social, a menudo revolucionario; los segundos partirían de un concepto más general.⁷² John Downing habla de medios radicales para describir aquellos que ofrecen «una visión alternativa a las políticas, prioridades y perspectivas hegemónicas».⁷³ Aporta otras distinciones como medios «contrahegemónicos» o «antisistema», referidos a los que se oponen a lo establecido y se sirven de «una ansia transformadora que puede ser más o menos radical y enfocada a un área más o menos restringida».⁷⁴ Los neogramscianos, como Mouffe, les dirían medios «subalternos» o también «contrahegemónicos». En cualquier caso, acuerdo con Atton, pueden suponer una alternativa a las instituciones mediáticas, una vía para el desarrollo de un periodismo realmente comprometido con la responsabilidad social, con la defensa de lo público y el control y en oposición a una visión del periodismo como negocio.⁷⁵

Los medios de estas características no priorizan la obtención de un lucro y son una respuesta en sí al funcionamiento del sistema mediático. Es importante observar también

⁷⁰ Curran, J., «Repensar la comunicación de masas», en *op. cit.*, págs. 224 y s.

⁷¹ Fleischman, L., et al., «Los medios alternativos e Internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español», en *op. cit.*

⁷² Atton, C., *Approaching Alternative Media: Theory and Methodology*, Scotland, Napier University, 2001.

⁷³ Downing, J., citado por Fleischman, L., et al., «Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español», en *op. cit.*, pág. 260.

⁷⁴ *Ibíd.*, pág. 262.

⁷⁵ Atton, C., *op. cit.*

que en ellos se ofrece una vía alternativa a los patrones de difusión de información de los medios de masas, caracterizados por la relación unidireccional y vertical entre el emisor y la audiencia. En este sentido, Margarita Graziano cree que la comunicación alternativa ha de ser horizontal y participativa.⁷⁶

Hasta aquí se ha expuesto que la información que ofrecen los medios de mayor alcance en cuanto a audiencia y territorio —agrupados en corporaciones que tienden a la globalización informativa y al monopolio u oligopolio— constituye en parte un discurso único que tiene una base política y/o económica, elaborado por *perros traidores* y que será defendido por los teóricos liberales. Por otro lado, también hemos visto que hay grupos de la sociedad que optan por producir información e informarse a través de otro tipo de medios, considerados alternativos, que actúan desde la horizontalidad y la participación.

Analicemos a continuación hasta qué punto la ciudadanía, al menos en España, tiene derecho a expresarse libremente y a recibir una buena información (veraz y plural) a través de los medios de difusión social.

2.4.2. *La información pública como derecho fundamental*

Los países democráticos deben contemplar y respetar el derecho fundamental a informar y a recibir información libremente. Como bien dice John Stuart Mill:

«Para evitar la dominación desde el poder, es necesario que el individuo, por encima de todas las libertades, tenga la oportunidad de conocer, de expresarse y de debatir libremente conforme a su conciencia».⁷⁷

Según Lluís de Carreras, el derecho a desarrollar tal oportunidad queda recogido en las constituciones de dichos estados.⁷⁸ Lo importante es, pues, que la información recibida sea útil y válida para poder decidir en libertad.

Habitualmente, se habla de «libertad de palabra», de «libertad de prensa», de «libertad de creación de medios de comunicación», de «libertad de opinión», de «libertad de pensamiento», de «libertad de información»... Cuando se trata de libertades garantizadas

⁷⁶ Graziano, M., citada en Fleischman, L., et al., «Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español», en *op. cit.*

⁷⁷ Mill, J. S., citado en Sánchez de Diego, M., «La función pública de la información como derecho fundamental», en Herrero, J.C. (ed.), *op. cit.*, pág. 86.

⁷⁸ De Carreras, Ll., *Derecho español de la información*, Barcelona, Editorial UOC, 2003.

jurídicamente se habla de «derecho a la expresión de pensamiento», de «derecho a la información», a «derecho a una comunicación pública libre»... No hay un término que sea más aceptado porque todos vendrían a representar lo mismo, la protección jurídica del proceso de comunicación. Como afirma Sánchez de Diego, todas estas nomenclaturas equivaldrían a:

«El derecho de las personas a emitir mensajes por diferentes canales y el derecho a recibirlos. Eso sí, en todo caso con límites y responsabilidades si en el ejercicio de esos derechos se lesionan otros derechos y bienes jurídicamente protegidos».⁷⁹

En España, los mecanismos jurídicos para regular el derecho fundamental a la libertad de información se basan en la CE de 1978, en su artículo 20, la Jurisprudencia del Tribunal Constitucional y los Tratados Internacionales sobre Derechos Fundamentales.

La CE, como norma generalmente suprema del ordenamiento establece los principios básicos de todo el Derecho español. En materia de información lo hace de manera muy detallada y con una forma muy particular: el derecho a la libertad de información.

El artículo 20.1 de la CE dice:

«Se reconocen y protegen los derechos:

- a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de producción.
- b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.
- c) A la libertad de cátedra.
- d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades».⁸⁰

Joaquín Urías manifiesta que el derecho a la libertad de información, como derecho fundamental y constitutivo de la sociedad que es, dispone de mecanismos de garantía

⁷⁹ Sánchez de Diego, M., «La función pública de la información como derecho fundamental», en *op. cit.*, pág. 89.

⁸⁰ Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, *Constitución española de 27 de diciembre de 1978*, Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 311, de 29 de diciembre de 1978, pág. 29.317.

constitucional que protege su resistencia frente al legislador y el respeto de todos los poderes del Estado.⁸¹

La CE garantiza la transmisión y la recepción de la información a partir de una información veraz que sea comunicada a través de cualquier medio de difusión. El art. 20 distingue entre libertad de información y libertad de expresión. Cuando la comunicación parte de los medios de difusión social, ésta viene regulada por el apartado d) del artículo 20.1, sobre la libertad de información. Este apartado se conecta con el a), referido a la libertad de expresión, pero presenta «unos matices peculiares que modulan su tratamiento jurídico», de acuerdo con Sánchez de Diego.⁸²

El tratamiento jurídico diferenciado se basa en la función social que desarrollan los medios de difusión social, de carácter crítico y que tiene una importancia vital con respecto a la formación de una opinión pública libre. La función social de los medios de difusión está, pues, reconocida constitucionalmente. Urías cree que «el art. 20 no habla tanto de un derecho a *ser* informado, como —si acaso— a *estar* informado, en general».⁸³

Urías recoge tres posibles posturas teóricas para definir la relación entre libertad de expresión y libertad de información: 1) Integran el mismo y único derecho; 2) Ambas parten de una misma base pero con el tiempo se han ido diferenciando en cuanto a régimen jurídico; 3) Se trata de dos derechos diferentes. En cualquier caso, el autor, fundamentándose en la Sentencia del Tribunal Constitucional (STC) 61/1988 concluye que:

«La diferenciación entre libertad de expresión y libertad de información no puede encontrarse en su naturaleza como derechos fundamentales. Ambos la comparten, pero son diferentes en su objeto. Uno protege la emisión de juicios de valor y opiniones, el otro la transmisión de datos y hechos ciertos, y esa es su diferencia fundamental (...) A partir de esta distinción no cabe defender que la libertad de expresión esté constitucionalmente menos protegida que la de información».⁸⁴

Por su parte, De Carreras considera que la comunicación pública, defendida por la CE, pretende asegurar que los ciudadanos cuenten con la suficiente información para formarse

⁸¹ Urías, J., *Lecciones de derecho de la Información*, Madrid, Tecnos, 2003.

⁸² Sánchez de Diego, M., «La función pública de la información como derecho fundamental», en *op. cit.*, pág. 88.

⁸³ Urías, J., *op. cit.*, pág. 17.

⁸⁴ *Ibíd.*, pág. 54.

una opinión que, por medio de grupos de individuos, ayuden a conformar una opinión pública.⁸⁵ Esto significa que los medios de difusión no tienen la función política de hacer llegar a los poderes públicos la opinión de la sociedad, sino la de transmitir a la sociedad los hechos y datos que le permitan valorar las posibilidades y las carencias de la dirección política general. Ahí reside su valor constitucional, según Urías.⁸⁶

En la STC 8/1981 se recuerda que la CE exige que los poderes públicos tengan una especial consideración a los medios que proporcionan la comunicación social y, en razón de ello, a los que especialmente los sirven. En la misma sentencia, recogida por Urías, se abordan los límites de esta deferencia constitucional:

«Son estos derechos, derechos de libertad frente al poder y comunes a todos los ciudadanos. Quienes hacen profesión de la expresión de ideas u opiniones o de la comunicación de información los ejercen con mayor frecuencia que el resto de sus conciudadanos, pero no derivan de ello ningún privilegio y desde luego no el de transformar en su favor, lo que para el común de los ciudadanos es derecho de libertad, en un derecho de prestación que los legitime para exigir de los poderes públicos la creación o el mantenimiento de medios de comunicación a través de los cuales puedan expresar sus opiniones o comunicar información».⁸⁷

Lo que invoca esta parte de la sentencia es que todo ciudadano por igual tiene derecho a recibir información veraz. Obviamente, la veracidad y la pluralidad informativa son necesarias para que los ciudadanos puedan tener conocimiento de los problemas sociales y las soluciones propuestas por la administración pública, acceder a la gestión de los gobiernos, conocer el grado de cumplimiento de los programas electorales... Urías expresa que sin la veracidad ni la pluralidad no puede pretenderse una decisión electoral consecuente y realista. En este sentido está de acuerdo Timoteo, quien asevera que:

«Es muy probable que la frontera de la libertad en los próximos años venga definida por la conquista no de la libertad de expresión, alcanzada en Occidente hace más de dos siglos e irrenunciable sino por la libertad de decisión, por el derecho a estar informados para estar en condiciones de decidir libremente».⁸⁸

⁸⁵ De Carreras, Ll., *op. cit.*

⁸⁶ Urías, J., *op. cit.*

⁸⁷ *Ibíd.*, pág. 55.

⁸⁸ Timoteo, J., «El control político de la información», en *op. cit.*, pág. 425.

Sin embargo, la STC 165/1987 introduce la distinción entre ejercer legítimamente el derecho a la información y disfrutar de la protección constitucional del derecho a la información. Con ello, le resta valor al derecho fundamental de la información, haciendo además que sea un derecho no claramente delimitado y de contenido variable. Urías da cuenta de la sentencia, que textualmente dice:

«La libertad de información es, en términos constitucionales, un medio de formación de opinión pública en asuntos de interés general, cuyo valor de libertad preferente sobre otros derechos fundamentales viene determinado por su condición de garantía de la opinión pública, que es una institución constitucional al Estado democrático que los poderes públicos tienen especial obligación de proteger. Este valor preferente alcanza su máximo nivel cuando la libertad es ejercitada por los profesionales de la información a través del vehículo institucionalizado de formación de la opinión pública, que es la prensa, entendida en su más amplia acepción. Esto, sin embargo, no significa que la misma libertad no deba ser reconocida en iguales términos a quienes no ostentan igual calidad profesional, pues los derechos de la personalidad pertenecen a todos sin estar subordinados a las características personales del que los ejerce, sino al contenido del propio ejercicio, pero sí significa que el valor preferente de la libertad declina, cuando su ejercicio no se realiza por los cauces normales de formación de opinión pública, sino a través de medios, tan anormales e irregulares como es la difusión de hojas clandestinas, en cuyo caso debe entenderse, como mínimo, que la relación de preferencia que tiene la libertad de información respecto al derecho al honor se invierte a favor de este último (...).»⁸⁹

Urías interpreta que no pueden hablarse de requisitos para el ejercicio legítimo de la libertad de información sino que en cada caso concreto habría que tener en cuenta quién y cómo lo ejerce para decidir qué protección tiene. Pero esto no es suficiente. Además, también se debería mirar cada caso para ver hasta qué punto la noticiabilidad del hecho asegura que el derecho a la libertad de la información está por encima de otros derechos constitucionales como el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen.

Aplicando lo visto en el presente apartado, llegamos a la conclusión de que la libertad de expresión y la libertad de información son dos derechos diferenciados en España (según la CE y el TC), y protegidos al máximo por la normativa legal. También concluimos que constituyen un derecho variable, más protegido para los que desarrollan una labor de informadores profesionales. La legislación española estará a favor del comunicador

⁸⁹ Urías, J., *op. cit.*, pág. 56.

siempre que la información sea veraz, aunque si no tiene interés general (para lo que se tendrá en cuenta su grado de noticiabilidad), los derechos al honor, la intimidad y la propia imagen pueden prevalecer y ser reclamados por los individuos.

Esto ya era así antes del nacimiento de internet. Por tanto, la red, como medio de comunicación, sirve de contexto para desarrollar tanto la libertad de expresión como la libertad de información, dependiendo de la intención del comunicador y estando ambas protegidas ambas por la CE, contando con mayor protección aquella comunicación que tenga una intención profesional.

Coincidiendo con la redacción de este trabajo, las Cortes Españolas, con los votos del Partido Popular, aprobaron la *Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana*, conocida popularmente como «Ley de seguridad ciudadana». El artículo 36.23 califica de infracción grave:

«El uso no autorizado de imágenes o datos personales o profesionales de autoridades o miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad que pueda poner en peligro la seguridad personal o familiar de los agentes, de las instalaciones protegidas o en riesgo el éxito de una operación, con respeto al derecho fundamental a la información».⁹⁰

Según el Gobierno, el objetivo era incrementar la seguridad de los españoles, aunque fue calificada como «mordaza» y «represiva» por la oposición política y distintos colectivos ciudadanos, de profesionales de la comunicación y ONG.⁹¹ La Federación de Asociaciones de Prensa Española (FAPE) tramitó una denuncia al considerar que esta ley atenta contra los derechos constitucionales a la libertad de expresión y a la información y que sería contraria al artículo 8 de la *Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen*, que establece que no se reputarán, con carácter general, intromisiones ilegítimas la captación, reproducción o publicación de imágenes de personas que ejerzan un cargo público o una profesión de notoriedad o proyección pública, y la imagen se capte durante un acto

⁹⁰ Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. *Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana*, Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 77, de 31 de marzo de 2015, pág. 27.234

⁹¹ Rejón, R., «Plataformas ciudadanas, ONG, activistas: las voces que se rebelan contra “la mordaza”», en *Eldiario.es*, en www.eldiario.es/sociedad/voces-ley-mordaza-busca-acallar_0_333867370.html, publicado el 11-12-2014, consultado el 25-07-2015.

público o en lugares abiertos al público.⁹² Por su parte, la Asociación de la Prensa de Madrid consideró que:

«La Ley de seguridad ciudadana olvida que el pleno respeto a la libertad de expresión, a la libre difusión de ideas y al ejercicio del derecho a la información, fortalece la democracia y previene contra posibles abusos gubernamentales de poder. Los Gobiernos, como representantes de los ciudadanos, tienen el deber de crear las condiciones que permitan y garanticen el ejercicio de tales derechos constitucionales que amparan tanto el ejercicio profesional del periodismo como el derecho del ciudadano a tener conocimiento de los hechos que suceden en su entorno. Con esta ley, el Gobierno enfila el camino contrario al promover normas que plantean serias amenazas a tales derechos, además de un horizonte de sanciones que pueden derivar en intolerables presiones a los medios».⁹³

Como hemos visto, las críticas hacia la ley se concentraron (y se siguen concentrando en el momento de la redacción de este trabajo) en el artículo 36.23 porque, desde parte de la sociedad civil, se entendió que la intención del Gobierno, con la excusa de preservar la seguridad de las autoridades públicas, era coaccionar a los profesionales de la información y a la propia ciudadanía bajo la amenaza de sancionar a aquéllos que procediesen a la difusión de ciertas imágenes, especialmente a través de internet. En un momento en el que las movilizaciones de ciudadanos se daban en un número inusualmente elevado —hubo más de 36.000 manifestaciones y concentraciones durante el primer año de la X legislatura, según el propio Ejecutivo—⁹⁴ y en el que los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad fuerzas de seguridad del Estado actuaban, en ocasiones, con una violencia desproporcionada —como demuestra el caso de Ester Quintana, manifestante que perdió como consecuencia de una carga policial—⁹⁵ es lógico interpretar que la intención del Gobierno fue más bien evitar la publicación de fotografías y vídeos en donde se observasen determinados excesos por parte de tales autoridades.

⁹² Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), «Con la entrada en vigor de la “ley mordaza”, el ejercicio del periodismo en nuestro país es menos libre», en <http://fape.es/con-la-entrada-en-vigor-de-la-ley-mordaza-el-ejercicio-del-periodismo-en-nuestro-pais-es-menos-libre/>, publicado el 30-06-2015, consultado el 25-07-2015.

⁹³ Asociación de la prensa de Madrid, «La Asociación de la Prensa de Madrid rechaza la Ley de Seguridad Ciudadana», en www.apmadrid.es/comunicado/la-asociacion-de-la-prensa-de-madrid-rechaza-la-ley-de-seguridad-ciudadana/, publicado el 26-03-2015, consultado el 25-07-2015.

⁹⁴ Europa Press, «Primer año de Gobierno de Rajoy: Más de 36.000 manifestaciones y concentraciones», en www.europapress.es/nacional/noticia-primer-ano-gobierno-rajoy-mas-36000-manifestaciones-concentraciones-20130112120312.html, publicado el 12-01-2013, consultado el 30-07-2014.

⁹⁵ El Huffington Post, «Ester Quintana perdió el ojo por la actitud “imprudente” de los mossos, según el juez», en www.huffingtonpost.es/2014/05/08/ester-quintana-ojo_n_5289031.html, publicado el 08-05-2014, consultado el 17-03-2017.

Desde luego, se podría introducir una correlación entre el incremento de los actos reivindicativos, tanto en la vía pública como en internet, y la aprobación de dicha ley. Por supuesto, quien debe valorar la posible infracción del artículo 36.23 será un juez, que interpretará si, en efecto, la autoridad pública estará en peligro por haberse difundido ciertas imágenes o si deberá prevalecer el derecho a la información. No lo tendrá fácil porque el contenido del artículo es, en esencia, ambiguo. ¿Qué quiere decir «poner en peligro la seguridad»? ¿Qué significa «con respeto a la libertad de información»? Son expresiones generales que harán que la interpretación de los casos pueda depender de una cierta arbitrariedad. Además, como dice la FAPE, la ley comentada entra en conflicto con la *Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen*. En mi opinión, el mayor de los problemas es que la nueva Ley amedrenta a los profesionales de la información y a los ciudadanos para que dejen de practicar la libertad de información justo en el momento en el que la posibilidad de ejercerla y llegar a un gran número de personas es más factible que nunca. Con lo que dice el artículo 20.1 de la CE, con lo regulado por la *Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen*, y con lo que ha ido añadiendo la jurisprudencia, era más que suficiente para garantizar cualquier posible vulneración a través de la comunicación de la seguridad, la intimidad, el honor y la propia imagen de cualquier ciudadano español.

Finalizamos este segundo capítulo haciendo un resumen de los problemas planteados, las conclusiones a las que se han llegado y exponiendo las cuestiones que quedan abiertas y que nos llevarán al capítulo siguiente. La cuestión central que nos ha ocupado ha sido la descripción y análisis del uso de la comunicación por parte de los sujetos y las sociedades. Hemos narrado cómo se puede dar la comunicación entre seres vivos y qué consecuencias tiene ésta sobre el ser humano. La comunicación ha condicionado el devenir evolutivo del género *homo*. La comunicación humana, gracias a su desarrollo simbólico y lingüístico ha sido, entre otras cosas, lo que nos ha permitido distinguirnos de otros animales y, especialmente, de otros homínidos similares al *homo sapiens*. También nos ha permitido adaptarnos mejor al medio que otras especies. Además, la comunicación humana, al contribuir al desarrollo de formas culturales y de organización social, ha determinado también los procesos de humanización, esto es, de constitución de sociedades como forma de convivencia de los sujetos. Por tanto, se puede aseverar que se han dado formas de comunicación social que han sido clave en la historia del ser humano.

Dichos modos de comunicación social han ido evolucionado a su vez por dos factores esenciales: el desarrollo de diferentes tipos de tecnologías y el surgimiento de distintas formas de organización social. La tecnología ha dado paso a distintos tipos de medios y los contextos culturales, políticos y económicos ha condicionado el uso que se ha ido dando a cada medio por parte de los poderes públicos y de las sociedades civiles. Como hemos visto, los medios de difusión social son actores clave dentro de la esfera pública porque contribuyen a la transmisión e intercambio de informaciones que describen realidades útiles para el posicionamiento del resto de la sociedad civil con respecto a temas de interés público. Los medios pueden contribuir a que exista una ciudadanía-pública que, estando informada y actuando desde la libertad, contribuya a la legitimación y el control del poder mediante la opinión pública crítica. Sin embargo, también hemos testimoniado cómo desde el Estado y desde el sector privado ha habido un cierto interés por controlar el discurso los medios de difusión social. Tal control se ha hecho efectivo gracias a la cultura de masas que ha sido generada por la propia actuación de los medios de difusión social que, desde un propósito esencialmente empresarial, han contribuido a la difusión de un tipo de contenido dirigido a una gran audiencia que ha acabado siendo una ciudadanía-masa, con una actitud pasiva y sin voluntad reivindicativa. Por tanto, en este capítulo hemos profundizado en la crítica que Habermas y otros autores como Mouffe hacen de algunos medios al decir que éstos tienden a establecer un discurso hegemónico, anteponiendo intereses privados, económicos y/o políticos, por delante del interés público. No podemos hacer otra cosa que darle la razón a tales autores. Si bien Habermas y otros se han esforzado por recalcar la importancia de que exista un intercambio libre y plural de ideas en el seno de la esfera pública a través de una comunicación intersubjetiva, hemos llegado a la conclusión de que ha habido y hay medios de masas que han sido y son un instrumento que ha servido y sirve para desvirtuar los procesos de legitimación del poder político. Tales medios han contribuido a una domesticación del Estado y a una estatalización de la sociedad civil. Sin embargo, también hemos descrito cómo ha ido surgiendo otro tipo de medios distanciados del poder político y económico establecido que han servido para luchar contra la hegemonía y reivindicar una pluralidad de ideas. Por tanto, la comunicación social no ha sido históricamente hegemónica en su totalidad. Lo último que hemos visto es que desde el derecho se ha tratado de garantizar una libertad de información que fuese veraz y plural. Así lo recoge la CE y otras constituciones de países democráticos. Sin embargo, las últimas regulaciones que se han hecho al respecto en España, y que aparecen en la *Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo*,

de protección de la seguridad ciudadana tienden a acotar la libertad de información a través de la sanción de la difusión de determinados contenidos. Aparte queda la coerción e inseguridad que, como hemos apuntado, puede sentir la ciudadanía-público a la hora de expresarse públicamente sabiendo que el contenido del artículo 36.23 de dicha ley es tremendamente ambiguo y que entra en conflicto con lo recogido en la *Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen*. Por todo ello, me he posicionado en contra de lo que dice la nueva ley sobre la publicación de determinados contenidos.

En el primer capítulo hemos propuesto un modelo a través del cual los sujetos puede participar en la legitimación y el control del poder político a través de la comunicación. En el segundo, hemos realizado una descripción y crítica de la comunicación social que se ha dado hasta la aparición de internet. En el tercer capítulo toca discutir cómo la red digital ha cambiado los modos de comunicación humana y social y cómo ha podido afectar a la cultura, a la economía y a la política. Es el momento de hablar de la sociedad en red y de ofrecer soluciones para que la sociedad civil pueda participar de la deliberación política de una forma válida y factible.

3. HOMO MEDIA

3.1. Introducción

En el presente capítulo trato de dar respuesta a si la comunicación digital ha transformado las posibilidades de participar en política de los sujetos. La discusión se centra sobre todo en las repercusiones culturales, económicas y políticas que, dentro de la sociedad, tiene el uso de internet. Por ello, primero se hace una descripción del desarrollo del medio, cuya tecnología ha sido clave a la hora de configurar los modos de comunicación que permite. En el comienzo del capítulo se hace énfasis en el nacimiento y evolución de internet y, especialmente, en la aportación que Tim Berners-Lee hizo con la invención de la web, a comienzos de la década de 1990, como forma estandarizada de producir información en internet y acceder a la misma.

Internet ha comportado tantos cambios que las formas de organización social se han transformado y se ha dado paso a un nuevo tipo de sociedad, la sociedad en red. El nuevo tipo de sociedad se describe en uno de los apartados para contraponerla a la sociedad de la información, que ya comienza a formar parte del pasado según Castells. Dentro del nuevo contexto social haremos referencia a la importancia de las redes sociales digitales como los nuevos medios de comunicación que han potenciado las transformaciones culturales, económicas y políticas a las que hacemos referencia. También se dará detalle de la aparición de un nuevo sujeto cultural, al que llamamos *homo media*, que se ha convertido en el mensaje dentro de la red. El *homo media* es el ser humano con más poder comunicativo que ha existido hasta el momento, configura su identidad y su realidad teniendo en cuenta lo que consume y produce en la red, realiza un consumo y producción de información digital entre la cual, las imágenes ocupan una gran parte... En definitiva, contribuye a crear un nuevo tipo de cultura en la que se erosiona el poder comunicativo de los medios de masas. Sin embargo, no se puede decir que todas las personas, ni siquiera las que viven en las sociedades más avanzadas tecnológicamente, sean *homo media*. Como veremos, hay brechas (o barreras) de acceso y cognitivas con respecto a la red digital que impiden decir que el cambio cultural haya sido a todos los niveles sociales. También haremos referencia a cómo los usuarios de la red digital contribuyen, en ocasiones, a nuevas formas de trabajo potenciadas desde la economía digital, que se detectan desde la teoría crítica de la economía política que se le está haciendo a internet.

En última parte del capítulo se introduce la discusión sobre cómo la ciudadanía-público de la sociedad en red puede disponer de nuevas formas de deliberación política a través de internet, medio que sirve para que se configuren incluso nuevos modos de movimientos sociales. Llegaremos a la conclusión de que parte de la red digital es esfera pública porque en ella se dedica tiempo (momentos) a participar en la legitimación y el control del poder político. También explicaremos que, a pesar de que internet incentiva el surgimiento de lo que se puede calificar como un «nuevo sujeto político», no todo lo que hayamos en la red contribuye en esa dirección, dado que internet también puede utilizarse con fines simplemente propagandísticos, publicitarios, mercantiles y de control.

3.2. Desarrollo y configuración actual de internet

Internet es posible gracias a una tecnología que se inventó a finales de la década de 1960 y que, a día de hoy, sigue desarrollándose. Dicha tecnología ha condicionado la estructura, el aspecto y la funcionalidad de la red. Por ese motivo, he creído conveniente dedicar un apartado al tratamiento del desarrollo histórico y técnico de internet desde las primeras redes informatizadas hasta la actual configuración del medio, del cual también propongo una definición.

3.2.1 Estandarización de las primeras redes digitales

Internet es una forma de comunicación cuyo origen se remonta a finales de la década de 1960, cuando se consiguió una primera conexión informática entre ordenadores ubicados en distintos puntos. La aparición de este primer «protointernet» respondió a los deseos por parte de Estados Unidos de generar una nueva forma de comunicación para usarla en el ámbito militar.

Posteriormente, internet fue adquiriendo forma a medida que se personalizaron los ordenadores y su uso se iba comercializando en el contexto empresarial. Fue entonces cuando surgieron las primeras intranets. A principios de la década de 1990, Berners-Lee consiguió una estandarización definitiva de la apariencia y funcionalidad de internet a través de la web, que se ha constituido como un elemento unificador imprescindible.

Cuando hablamos de internet, describimos una estructura que permite que la información circule de dispositivo en dispositivo gracias a la informática, que a su vez es posible gracias a la digitalización. La tecnología de la digitalización en la que se basa internet

consiste, según Sassi, en: «un creciente cuerpo de procesos y acciones en forma de dígitos, transformando la información en secuencias de ceros y unos, permitiendo la rápida transmisión y recepción hacia y en lugares distantes de todo el mundo».¹

La informática ha sido y es una ciencia que usa la combinación de disciplinas como la mecánica, la lógica, el álgebra, la programación, etc. Para la invención de la informática fue necesario que las civilizaciones mesopotámica y china aportasen los algoritmos y ábacos, que John Napier propusiera el logaritmo (funciones matemáticas que sirve para convertir multiplicaciones y divisiones en restas) en 1614, que Blaise Pascal inventase la pascalina (calculadora mecánica) en 1642, que Joseph Jacquard crease el sistema tarjetas perforadas en 1801, que Charles Babbage introdujese las tarjetas perforadas en una máquina analítica capaz de hacer cualquier tipo de cálculo en 1833, que Herman Hollerith, cofundador de International Business Machines (IBM), sofisticase el uso de las tarjetas perforadas en 1924, y que matemáticos como Alan Turing, Norbert Weiner y Vannevar Bush asentasen, a partir de 1940, las bases de la lógica informática y de la inteligencia artificial. Por tanto, cuando nos referimos a la informática y a internet debemos tener en cuenta que estamos ante el resultado de siglos de acumulación de conocimientos por parte de la humanidad.

Situándonos en la historia reciente de la informática, se considera que ha habido tres generaciones de ordenadores: una primera, que ya hacía uso de fundamentos electromecánicos y de sistemas binarios para realizar los primeros cálculos digitales (del cual es un ejemplo el Mark 1 de IBM, creado en 1944); una segunda, caracterizada por el uso de transistores que permitió reducir el tamaño de los ordenadores y por el uso de un primer estándar universal de intercambio de información (el código ASCII, en 1963); y una tercera, marcada por el invento del microprocesador (1981), que permite desarrollar ordenadores mucho más pequeños y rápidos, los ordenadores personales (Apple I y II en 1976 y 1977 y posteriormente la versión de IBM en 1981) y algo que sería clave para el surgimiento definitivo de internet: la posibilidad de crear redes descentralizadas y el envío de información en paquetes.

Se considera que el origen de la red digital es ARPANET, constituida en 1969, durante la segunda generación de ordenadores, como la primera red de ordenadores interconectados

¹ Sassi, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *op. cit.*, pág. 28.

entre un número determinado de instituciones públicas en Estados Unidos. Aun así, hay autores que rechazan considerar que ARPANET fuera un primer internet ya que no incluía algunos de los rasgos de arquitectura que caracterizan hoy en día a la red.

Berners-Lee señala que el verdadero nacimiento de internet se produjo en 1973, año en que se comenzó a utilizar el *Internet Protocol* (IP). Con él se posibilitó la existencia de una arquitectura abierta y de carácter internacional, pudiendo verse libre del control de una única estructura administrativa o política.²

A partir de la década de 1980 surgieron las redes privadas (intranets) orientadas hacia los negocios y la educación e inspiradas en ARPANET. Progresivamente, ya al finalizar la década, se fueron introduciendo nuevos protocolos y sistemas, sobre todo basados en la tecnología de *Local Area Networks* (LAN), *Unix* y *Cisco*. Estas tecnologías corresponden a diferentes tipos de arquitectura y culturas de uso y fueron las predominantes hasta la aparición del internet comercial en 1995. Aun así, se pudieron incorporar a la nueva red, gracias al trabajo de los ingenieros que diseñaron y construyeron los puentes necesarios entre ellas.

El caso es que, según el que se considera padre de la web, Berners-Lee, no se puede hablar de internet antes de 1990 porque en realidad lo que existía era un archipiélago de ordenadores inconexos y no se podía cruzar de una dirección a otra pulsando un enlace como ahora. Tampoco existían los buscadores, ni se podían integrar imágenes en la pantalla puesto que no habían nacido las interfaces gráficas.

Fue necesario que al IP se le sumara, a principios de la década de 1990, el *Domain Name System* (DNS). Gracias al IP y al DNS, internet se ha convertido en lo que es hoy y ha soportado un gran número de cambios sin que su función principal se haya visto alterada. Los códigos de estos protocolos son asignados a cada uno de los dispositivos (ya sea un ordenador personal o un móvil).

El DNS permite la existencia de un mapa de internet, un sistema de direcciones únicas que se genera a través de cada código IP alojado en un servidor. El protocolo DNS divide el espacio digital en una serie de dominios limitados (.com, .org, .net, .edu, y los dominios nacionales como por ejemplo .es, .us, .uk, etc.). Cada dominio se puede dividir

² Berners-Lee, T., *Tejiendo la red*, Madrid, Editorial Siglo XXI, 2000.

infinitamente en subdominios. En cualquier caso, se puede identificar siempre al dispositivo desde el cual se interviene en internet. Es lo que permite que internet sea un espacio homogéneo y controlable, desde el punto de vista técnico.

El lugar en donde se alojan las direcciones no es un espacio físico único, sino que corresponde a un ensamblaje de máquinas, los servidores de DNS. En estos servidores se contiene la información sobre cada dominio, subdominio, etc.

3.2.2. *La web como elemento unificador*

Para crear la web, Berners-Lee se basó en la idea de Ted Nelson, quien en 1965 imaginara máquinas literarias que permitirían a usuarios de todo el mundo publicar información en hipertexto. Berners-Lee logró en 1989 establecer una primera comunicación entre un cliente y un servidor utilizando el *HyperText Transfer Protocol* (protocolo HTTP). Todo ello ocurría en el Centre Européen de Recherche Nucléaire (CERN), la institución europea más avanzada en aquel momento en la investigación sobre internet y lugar que albergaría el primer servidor web, en 1991. La intención inicial era crear un sistema de comunicación entre los científicos de física nuclear de todo el mundo.

Entre 1990 y 1993 Berners-Lee desarrolló un primer sistema de hipertexto llamado *Enquire* que permitía almacenar piezas de información y conectarlas. El *Enquire* fue sustituido al unirse los protocolos HTTP y el *HyperText Markup Language* (lenguaje de etiquetas de hipertexto, HTML). El resultado de la unión de ambos protocolos fue el nacimiento de la *World Wide Web* (www), al que se le acabó de unir otro más, el *Uniform Resource Locator* (protocolo de localización de objetos en la web URL).

En 1994 se fundó el *World Wide Web Consortium* (W3), organización que coordina estándares y añade nuevas funcionalidades y desarrollos a la web. Se puso en marcha a partir de las negociaciones entre los países que conformaban el CERN y las instituciones estadounidenses interesadas en el proyecto web. El W3, con sede en Boston, es una institución participada por el CERN, el *Institut National de Recherche en Informatique et en Automatique* de Francia (INRIA) y el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT).

Fue importante la decisión del W3 de defender que todos los estándares de internet que se diseñasen a través del consorcio fuesen libres y sin coste alguno. El software del servidor como del cliente fue liberado de forma gratuita desde el CERN y su difusión fue muy

rápida. En septiembre de 1993 el uso de la web ya alcanzaba el 1% del tráfico de la red digital y existían versiones de uno de los primeros navegadores comercializado, el Mosaic, para PC y Macintosh. A finales de 1993 había unos 500 servidores web activos y a finales de 1994 existían ya más de diez mil, y diez millones de usuarios. En 1997, la cifra superaba los 650 mil servidores. Desde entonces, tanto el diseño como la estructura de las páginas web ha variado sustancialmente (Fig.1).

La necesidad de facilitar navegación hipertexto (a través de distintos tipos de medios y de soportes) es la cuestión en la que actualmente se centran las empresas tecnológicas. Por ejemplo, Berners-Lee se ha opuesto a la creación de nombres de dominio nuevos como el «.mobi», ideado para las páginas web adaptadas a la tecnología móvil, ya que él desarrolló la web como una forma de comunicación universal desde cualquier dispositivo.

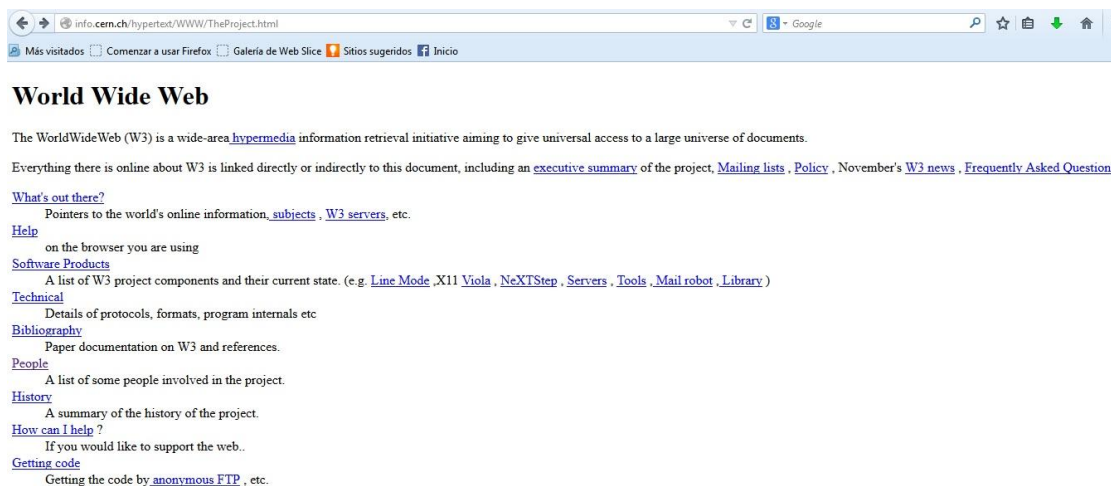


Figura 1. Primera página web, en la que se explicaba qué era la web y se facilitaba información a los futuros usuarios sobre cómo incorporarse al sistema www.

3.2.3. Definición de internet

Según James Kurose y Keith Ross, internet es una red de redes informática y global que permite que la información sea compartida de ordenador a ordenador, gracias a la hibridación tecnológica del teléfono y la informática.³ Stuart Barnes destaca que es un medio para la comunicación interpersonal y masiva⁴ y Manuel Castells dice que es

³ Kurose J., y Ross, K., *Computer Networking: a top-down approach featuring the Internet*, Londres, Addison Wesley, 2001.

⁴ Barnes, S., *Online Connections: Internet interpersonal relationship*, Nueva Jersey, Hampton Press, 2001.

posible por primera vez la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a escala global.⁵

Internet está en continua expansión y su forma cada vez se vuelve más compleja y vasta. Para Mark Poster, uno de los aspectos más característicos de internet es que nuevas redes pueden ser incorporadas fácilmente,⁶ creando una estructura que, si bien al comienzo fue considerada descentralizada por autores como Steven Ward,⁷ ha pasado a ser claramente distribuida según Natalia Fernández y David de Ugarte.⁸ Su estructura está definida físicamente por una inmensa cantidad de nodos distribuidos, que son lugares para el almacenamiento de información —como los servidores— o consumo de la misma —como los dispositivos a través de los que acceden los individuos. En una red distribuida, como el actual internet, todos los nodos están conectados, los unos con los otros.

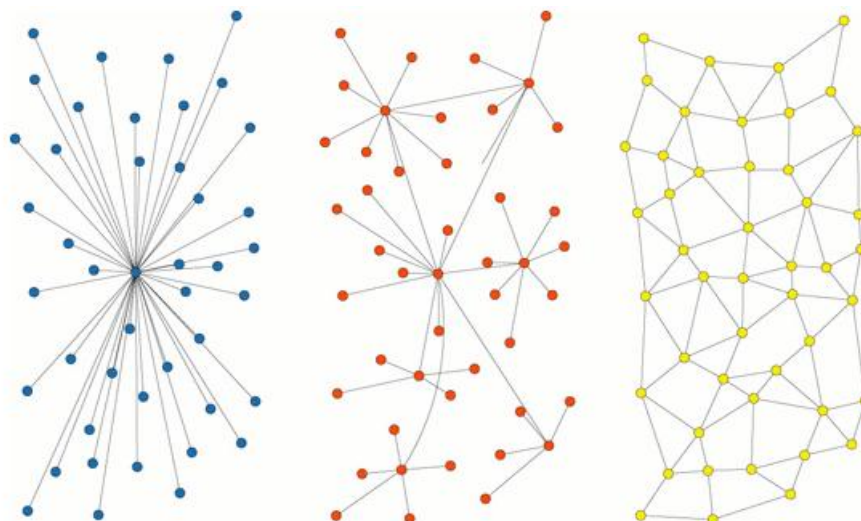


Fig.2 (de izquierda a derecha): red centralizada, red descentralizada y red distribuida

Fuente: Fernández y De Ugarte (2010)

La estructura distribuida de internet permite que se dé con mayor facilidad cualquier tipo de comunicación: interpersonal, intragrupal, intergrupal, organizacional y masiva. Según Peppino Ortoleva, los modelos históricos de comunicación se adaptan a la comunicación

⁵ Castells, M., *La Galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*, Barcelona, Plaza&Janes, 2001.

⁶ Poster, M., «Cyberdemocracy, Internet and the Public Sphere», en *op. cit.*

⁷ Ward, S., *Political organization and the Internet: towards a theoretical framework for analysis*, University of Salford, European Studies Research Institut, 2001.

⁸ Fernández, N., y de Ugarte, D., *La clave es pública. El momento de la inteligencia y de la diplomacia corporativa*, 2010, en <http://lasindias.com/la-clave-es-publica>, consultado el 23-03-2015.

a través de la red.⁹ En internet encontramos: 1) El modelo de comunicación directa interpersonal, en el que se produce intercambio de mensajes entre dos personas; 2) el modelo de comunicación directa colectiva no masiva, en el que uno o varios individuos se comunican dentro de un grupo delimitado de personas o de grupo a grupo; 3) y el modelo de comunicación masiva, directa o mediatizada, en el que el mensaje se dirige a una gran conjunto de personas. Además, la comunicación a través de internet es cibernética: el receptor de información también es emisor, puede realizar una retroalimentación y ofrecer información a la vez que la recibe. El usuario es a la vez consumidor y productor, se transforma en un *prosumer*, término acuñado por Alvin Toffler.¹⁰ De este modo, el sujeto es parte fundamental del proceso de producción y difusión de la información que compone la red, según George Ritzer y Nathan Jurgenson.¹¹ Por su parte, Margaret Grieco y Len Holmes destacan una evidente posibilidad de manifestación comunicativa que puede ser sincrónica o anacrónica, ya que los individuos deciden a qué información acceden y en qué momento.¹²

Internet es una red de redes que requiere que la actualización de su tecnología se adapte a la interoperabilidad y la heterogeneidad técnica de los nodos. De esta manera, el diseño de internet se concibe a partir de relaciones dinámicas y variables entre diferentes sistemas de comunicación. Por este motivo, la red digital tal y como la conocemos es posible gracias a una serie de protocolos interrelacionados que permiten que exista una consistencia que pueda hacer frente a los rápidos cambios que se suceden en relación a los dispositivos y servidores. Los esfuerzos por crear un ambiente informacional estable y mantenerlo como un espacio abierto han sido constantes.

Podemos definir internet como una estructura formada por nodos en forma de red distribuida, técnicamente adaptable e interrelacionada, que se expande continuamente debido a la participación de usuarios que actúan como *prosumers*, que acceden al conocimiento facilitado por la información presente en la estructura y a la vez lo producen, y que pueden llevar a cabo un tipo de comunicación interpersonal, intragrupal, intergrupala, organizacional y masiva, sincrónica o anacrónica. La información a la que

⁹ Ortoleva, P., citado en Cardoso, G., *Los medios...*, *op. cit.*, pág.123.

¹⁰ Toffler, A., *op. cit.*

¹¹ Ritzer, G., y Jurgenson, N., «Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer”», en *Journal of Consumer Culture*, núm. 1, vol. 10, 2010, págs. 13-36.

¹² Grieco M., y Holmes, I., *Electronic governance and commercial development in Africa: the grassroots perspective*, artículo presentado al Instituto para el desarrollo por África, Cornell University, 1999.

tienen acceso y producen puede ser textual, oral, presentarse en forma de imagen estática o en movimiento, dándose por separado o a la vez. Se trata del medio de comunicación más completo y polivalente creado por el ser humano y el único que se ajusta a todas sus posibilidades comunicativas naturales.

Dada esta adaptación a las posibilidades naturales de la comunicación humana, internet tiende a ser el canal más aceptado y usado por el sujeto, obligando a los medios tradicionales a adaptarse a él. Por todo lo dicho, cualquier medio de comunicación o de difusión social que no asuma el canal que ofrece internet, desaparecerá en un futuro más o menos inmediato.

3.3. La formación de la sociedad en red

El desarrollo de la comunicación humana y social ha acabado condicionando el modelo de estructura social no sólo desde el punto de vista comunicativo, sino también organizativo. Por estructura social entendemos, de acuerdo con Castells, «aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder, expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura».¹³

Hasta la cultura de masas, parte del poder se ha apropiado de los medios de comunicación. Sin embargo, en la actualidad, la sociedad civil tiene la oportunidad de ser parte activa en el proceso de asunción de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. La extensión de la informática y de la microelectrónica pone los medios a disposición de toda la sociedad como nunca antes había ocurrido. Hemos dejado atrás la sociedad de la información, en la que la comunicación social se concentraba en manos de unos pocos que controlaban el discurso mediático, y se ha empezado a desarrollar una sociedad en red, caracterizada, entre otras cosas, por una participación activa de la sociedad civil y de los sujetos en general, tanto en el consumo como en la producción de información.

¹³ Castells, M., *La sociedad...*, *op. cit.*, pág. 27.

3.3.1. El fin de la sociedad de la información

Según el consenso académico que ha prevalecido desde la década de 1970 y hasta principios del siglo XXI, el desarrollo de los medios de comunicación social de masas, en especial de la prensa y la televisión, junto al avance de sistemas electrónicos de información y comunicación, han tenido como resultado la formación de la sociedad de la información.¹⁴ Castells afirma el concepto lo utilizó por primera vez Tadao Umesao en 1963, en un artículo sobre la evolución de las sociedades, para hacer énfasis en la incidencia que los procesos informativos estaban teniendo a lo largo del siglo XX.¹⁵ Por su parte, Denis McQuail y Sven Windahl señalan que el término lo uso por primera vez Youichi Ito en 1981, y éste a su vez se basó en la definición que impulsó Daniel Bell en 1973 para describir el surgimiento de una sociedad postindustrial en la que la información pasó a ocupar una parte primordial en relación a los procesos productivos.

Hay que reconocer que la idea ha sido muy bien aceptada, llegando incluso a crear entorno a ella, según Frank Webster: «una corriente de pensamiento que se denomina teorías de la sociedad de la información».¹⁶ Estas teorías manifiestan que la apropiación social de la comunicación e información está ligada al cambio social y que la complejidad de las sociedades implica la interacción constante entre distintos dominios, políticos, económicos, culturales. Si las teorías que definen la sociedad de la información se detuvieran en esas generalidades, no habría nada que objetar. Sin embargo, al profundizar en la descripción de los procesos comunicativos y de organización social, tales teorías comienzan, o bien a quedarse desfasadas en relación a los fenómenos comunicativos actuales impulsados por internet, o a plantear cuestiones tan nuevas que invalidan lo hasta ahora aportado y, por tanto, el propio concepto.

¿Qué se nos ha dicho acerca de la sociedad de la información? McQuail y Windahl señalan que en ella los emisores son pocos y los receptores muchos —algo que ya no es así—, que hay un incremento de la oferta y el consumo de información, y que se producen efectos que parecen ser «más o menos constantes y difíciles de medir».¹⁷ Para Mar de Fontcuberta: «En este tipo de sociedad cada vez hay mayor dependencia de los

¹⁴ McQuail, D., y Windahl, S., *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, Pamplona, Eunsa, 1997.

¹⁵ Castells, M., *La era...*, *op. cit.*, pág. 283.

¹⁶ Webster, F., citado en Cardoso, G., *Sociedad...*, *op. cit.*, pág. 54.

¹⁷ McQuail, D. y Windahl, S., *op. cit.*, pág. 227.

medios para conseguir una determinada percepción del mundo».¹⁸ Y según Xosé López, se ha acabado dibujando:

«un escenario cambiante en el que hay transformaciones que afectan no solo al mapa de medios, sino a los propios conceptos básicos de periodismo o a los mecanismos de participación de los ciudadanos en la construcción de los mensajes».¹⁹

Gustavo Cardoso añade que la sociedad de la información conduce a la pérdida del vínculo social que los medios tradicionales proporcionan y, por ende, hay también una pérdida de proyecto colectivo.²⁰ Si Umberto Eco analizase las palabras de Cardoso lo calificaría como «apocalíptico» por tener una postura pesimista en cuanto a la influencia de los medios en la sociedad de la información.²¹

Observando las aportaciones anteriormente expuestas se llega a la conclusión de que las teorías que se han aunado en torno al término han quedado obsoletas o han seguido caminos divergentes y, en ocasiones, difusos o incompletos. De hecho, la idea de la que parten estas teorías —que hay una tendencia a la apropiación de la comunicación e información, que ésta produce cambios sociales y una continua interacción entre la política, la economía y la cultura— se puede trasladar a otro tipo de sociedades anteriores a la sociedad de la información, de acuerdo con Castells.²² De este modo, como bien apunta Cardoso, es preciso buscar otro concepto que describa el actual modelo comunicativo y redefinir cómo otro tipo de comunicación dibuja otro tipo de tejido social.²³

3.3.2. Sociedad estructurada en red

Antes de desarrollar el término «sociedad en red» paso a señalar cuáles son las cualidades de una red. En palabras de Castells, las redes son «la forma organizativa más eficiente como resultado de tres de sus rasgos fundamentales (...) flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia».²⁴ Son flexibles porque se reconfiguran en función de los cambios del entorno, manteniendo su objetivo aunque varíen sus nodos; son adaptables a

¹⁸ De Fontcuberta, M., *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona, Paidós, 1993, pág.147.

¹⁹ López, X., «Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo», en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 13, 2007, pág. 111.

²⁰ Cardoso, G., *Sociedad...*, *op. cit.*

²¹ Eco, U., *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Tusquets editores, 1995.

²² Castells, M., *La era...*, *op. cit.*

²³ Cardoso, G., *Sociedad...*, *op. cit.*

²⁴ Castells, M., *La sociedad...*, *op. cit.*, pág. 30.

la hora de expandir o reducir su tamaño; y son capaces de sobrevivir al no poseer un centro y al poder actuar dentro de una amplia gama de configuraciones. De hecho, la estructura de las redes digitales es muy similar a la de cualquier otro organismo vivo, aspecto anotado por Albert-László Barbási y Albert Réka.²⁵

El concepto sociedad en red ha sido tradicionalmente utilizado por Castells para describir una sociedad caracterizada por una sobreabundancia informativa y el comienzo del fin de la audiencia de masas como consecuencia del desarrollo de las redes interactivas a través del «informacionalismo», modelo de comunicación sostenido por el uso de la informática y la microelectrónica.²⁶ Esta nueva sociedad, como dice Cardoso, parte de «una nueva forma de organización social, en que la producción de la información y el proceso y la transmisión de ésta se transforman en fuentes principales de productividad y poder».²⁷ Para Castells dicho poder está «basado en el aumento de la capacidad de procesamiento de la información y la comunicación humanas».²⁸ Aladro hace énfasis en que las nuevas posibilidades de comunicación interactiva, que «alcanzan límites insospechados» suponen una transformación en los modos de respuesta ciudadana a cuestiones culturales, políticas y sociales.²⁹

En definitiva, se constituye un modelo de comunicación sintética —que abarca cualquier forma de comunicación y a todos los niveles— en red, que es el resultado de las interacciones que se producen entre el actual sistema cultural y el paradigma tecnológico predominante, y que fructifican en un tipo de cultura no experimentados anteriormente, en palabras de Fausto Colombo.³⁰ En la cultura de la «Sociedad sintética en red» nos encontramos con:

- La emulación de los modelos comunicativos ya existentes, pero separados, que convergen en un único canal tecnológico.
- La posibilidad de elección por parte del sujeto de estar conectado o aislado socialmente a partir del uso de la tecnología.

²⁵ Barbási, A., y Réka, A., «Emergence of Scaling in Randon Networks», en *Science*, vol. 286, núm. 5.439, 2009, págs. 509-512.

²⁶ Castells, M., *La era...*, *op. cit.*, pág. 499.

²⁷ Cardoso, G., *Los medios...*, *op. cit.*, pág. 58.

²⁸ Castells, M., *La sociedad...*, *op. cit.*, pág. 34.

²⁹ Aladro, E., «Clases de comunicación», en *op. cit.*, pág. 35.

³⁰ Colombo F., *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1995.

- Cambios en los tiempos de difusión y consumo de información, que se pueden acortar, alargar y posponer, dejando de ser lineales.
- Mayor posibilidad de elección del momento de difusión y consumo de información, que queda en manos del emisor y del receptor, respectivamente.
- Una identidad personal que se construye a partir de un fuerte sentimiento de individualismo, pero también el deseo de pertenencia de grupo.
- Se dejan atrás dicotomías tradicionales (la casa / el trabajo; la información / el entretenimiento; la educación / el deber; lo femenino / lo masculino).
- La confusión entre cultura y tecnología.

Aunque Cardoso afirma que en internet se superponen un «metasistema de información» y un «metasistema de entrenamiento» se puede decir que cada vez es más difícil distinguir entre una cosa y la otra ya que los contenidos tienden a converger, a fundirse y confundirse. En la sociedad en red, delimitar información y entretenimiento puede resultar más complicado, por lo que se facilita la existencia y propagación del infoentrenimiento.

En la sociedad en red el individuo diversifica y aumenta las formas y los contenidos comunicativos en un intento de adaptarse a los nuevos estilos de vida impuestos por la tecnología. Mark Poster concreta que en este contexto el individuo se siente informado; Cees Hamelink explica que se vuelve más dialogante.³¹ Pierre Levy va más allá al decir que incluso se propician nuevas formas de inteligencia colectiva.³²

Henry Jenkins estima que, en la sociedad en red, los ciudadanos renuncian a buscar respuestas en las instituciones mediáticas, al ser consideradas, «contenedores inertes y sin significado».³³ De este modo, el conocimiento sobre cualquier tema se basa en el intercambio de puntos de vista, opiniones e informaciones entre muchos, más que en la adquisición por parte de muchos del conocimiento de unos pocos. Incluso, como dice John Hartley, se puede plantear la emergencia de una «sociedad redaccional» en la que

³¹ Poster M., y Hamelink, C., citados en Cardoso, G., *Los medios...*, *op. cit.*

³² Levy, P., *Collective Intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*, Nueva York, Perseus, 1997.

³³ Jenkins, H., *op. cit.*, pág. 858.

los ciudadanos, para garantizar su supervivencia en la era de la información en red, deberán adquirir competencias asociadas a la transmisión profesional de la información.³⁴

Ahora bien, ¿distingue este sujeto tremendamente comunicativo y culturalmente nuevo entre lo que hace fuera y dentro de internet? A mediados de la década de 1990 internet se relacionaba con aquello virtual (aquello que forma parte de una realidad distinta a la física). Lo auténticamente real sólo estaba fuera de internet. Una vez comprobado cómo funciona internet a nivel comunicativo y especulando sobre sus influencias, Castells propone el concepto «cultura de la virtualidad real» para referirse a la participación del individuo en la construcción de una realidad que no tiene como escenario el mundo físico, sino un espacio fuera de él, como internet, pero que acaba siendo aceptada como una realidad más.³⁵

En la cultura de la virtualidad real lo que ocurre en y gracias a internet es igual de real que lo que ocurre fuera. El pensamiento, la creencia y el valor que se generan en la interacción comunicativa a través de la red se sostiene por un contexto que puede parecer más voluble, menos consistente en términos de realidad, pero que acaba aceptándose como válido y existente. Esto se ve claramente en las relaciones sociales. La mayor interacción comunicativa entre individuos que componen una red social en internet hace que sus vínculos afectivos se vuelvan más intensos. Además, a partir de la cultura de la virtualidad real se generan procesos de representación, se realiza trabajo, se producen interacciones humanas, se obtiene información, se aportan opiniones e, incluso, se puede participar en la política, según Castells.

En otro orden de cosas, es necesario destacar que el individuo de esta sociedad es hipervisual, que su cultura está influida por la promiscuidad y la ubicuidad de las imágenes. La hipervisualidad es, según María Jesús Buxó: «un modo de ver, resultado del uso masivo de medios audiovisuales con los que se desarrollan nuevas categorías, expresiones y formas de transmisión de conocimiento e información socioculturales».³⁶

Paloma Orts habla incluso de «era hipervisual» en contraposición a los periodos

³⁴ Hartley, J., «Communicative democracy in a redactional society: the future of journalism studies», en *Journalism*, Sage Publications, vol. 1, núm. 1, 2000, págs. 39-48.

³⁵ Castells, M., *La sociedad...*, *op. cit.*

³⁶ Buxó, M. J., citada en Renobell, V., «Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital», en *UOCpapers revista sobre la sociedad del conocimiento*, núm. 1, 2005, en <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf>, consultado el 3-10-2014.

culturales moderno y postmoderno, estableciendo una clasificación a partir de los distintos tipos de visualidad:

«– Modernidad: momento en que la visualidad y la estética están uniformadas, se tiende a la generación de estereotipos y la intención del comunicador es convencer o manipular. En la modernidad existen unas fuertes cargas ideológicas en las imágenes (y por ende se entiende que los discursos) y predomina el desacuerdo con los valores tradicionales.

– Postmodernidad: la visualidad se torna ambigua y compleja, la información se transmite con mayor rapidez y eficacia, se multiplican los puntos de vista, entra en juego la seducción, destaca el tener poder para ser imitado y proyectar estilo; todo ello, fruto de un despertar audiovisual.

– Hipervisualidad: se produce una multiplicidad del aspecto visual (emisores, medios, receptores, autores y canales), y se representan hiperrealidades; se multiplica la visión de la postmodernidad, llegando incluso a la hipnosis y la catarsis visual; existe la posibilidad de llegar a tantos centros emisores como entidades receptoras puedan existir; los nuevos medios de comunicación y expresión llegan a su máxima democracia participativa; prima el valor de la comunicación y la rapidez; se prima la creación y la creatividad, la multiplicación de contenidos y la ubicuidad de los mismos; cobra importancia la distribución a bajo coste; predomina el mito de compartir a través de la expresión hipervisual e hipermediática; el consumidor proactivo es quien pone los límites a la información que quiera producir y compartir, pero se ve estimulado a hacerlo».³⁷

La sociedad estructurada en red se va dando a medida que el índice de penetración del uso de internet aumenta. Por lógica, la cultura de la sociedad en red se da en aquellas sociedades en las que los sujetos acceden a internet en un porcentaje alto, casi total o total. En este sentido, ¿estamos en disposición de hablar de una total implantación de la cultura de la sociedad en red a nivel mundial? ¿Existe una línea divisoria entre los que forman parte de la cultura de la sociedad en red y de los que están integrados en ella? A mi parecer, todavía no podemos decir que la cultura de la sociedad en red esté desarrollada a nivel planetario. A pesar de que la ONU señala que alrededor de 3.500 millones de personas (el 47% de los habitantes del planeta) se conectaban a internet a diario a finales de 2016, otros 3.900 no tenían acceso a internet. En su informe *Estado de la banda ancha 2016*, la organización manifiesta textualmente:

³⁷ Orts, P., citada por Renobell, V., en *op. cit.*, págs. 58 y ss.

«Se estima que China, la India, Indonesia, Pakistán, Bangladesh y Nigeria representan el 55% de todas las personas que no están conectadas, mientras que 20 países, incluidos los Estados Unidos, representan el 75% de las personas que utilizan internet».³⁸

Por tanto, se aprecia que el uso de internet se sigue concentrando en determinados países, mientras que hay otros en donde la brecha es muy representativa. Dados los diferentes grados de conectividad que existen a día de hoy en todo el planeta sigue teniendo sentido hablar de línea divisoria en relación a las oportunidades de acceso a internet. Castells, en *La galaxia internet* (2001) ya reconocía la existencia de la brecha digital, que marcaba una diferencia entre los que disponían de internet y los que no.³⁹ La introducción de internet se ha ido produciendo de forma progresiva y desigual en función del territorio y de los grupos sociales. Por tanto, ha habido y hay razones sociales, culturales, económicas y/o políticas que condicionan el acceso de determinados sujetos a la internet. Las mayores oportunidades de conexión se van dando sobre todo en los países económicamente más desarrollados, los que disponen del capital y de la infraestructura comunicativa más idónea para el desarrollo de la nueva tecnología. Quizás fue en el último lustro del siglo XX cuando se produjeron grandes diferencias de conectividad no sólo entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo, sino también dentro de los mismos territorios. Los grupos sociales de determinados profesionales (especialmente los que utilizaban la información como materia prima) y los más jóvenes han sido los que han ido asumiendo la comunicación digital antes que ningún otro. Eso ha tenido consecuencias. Según Castells, la brecha que produce internet ocasiona una debilidad dentro del mercado laboral. Del mismo modo, los territorios no conectados a internet ven erosionada su competitividad económica internacional. Castells asegura que, a pesar de que las tasas de crecimiento de internet son dispares, la brecha digital está dejando de ser un problema desde el punto de vista de la conectividad. El autor hace más énfasis en el reconocimiento de un segundo elemento de división social mucho más importante que la conectividad técnica, que es la capacidad educativa y cultural de utilizar la red. Se trataría de una brecha cognitiva, concepto reconocido por la Unesco en relación a internet en 2005,⁴⁰

³⁸ Comisión de Banda Ancha para el Desarrollo Sostenible (ONU), *Estado de la banda ancha*, en <http://www.broadbandcommission.org/publications/Pages/SOB-2016.aspx>, publicado el 15-09-2016, consultado el 27-03-2017.

³⁹ Castells, M., *La Galaxia...*, *op. cit.*

⁴⁰ Unesco, *De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento*, en http://portal.unesco.org/shs/en/files/9026/11332640731press_kit_es.pdf/press_kit_es.pdf, publicado el 03-11-2005, consultado el 27-03-2017.

sobre el que Castells también quiere llamar especialmente la atención.⁴¹ Según la idea de la brecha cognitiva, el conocimiento que está en la red queda a disposición de cualquiera que llegue hasta él. Sin embargo, ¿qué ocurre con el conocimiento que se necesita para buscar la información, para procesarla y para transformarla en conocimiento específico para lo que se quiere hacer? Castells dice que esa capacidad de aprender a aprender, de saber qué hacer con lo que se aprende, es socialmente desigual y está ligada al origen social, al origen familiar, al nivel cultural, al nivel de educación. Es ahí donde está, empíricamente hablando, la divisoria digital en estos momentos, según el autor.

3.3.3. *La red social, nuevo medio de comunicación*

Hasta el momento hemos visto que internet ha condicionado el surgimiento de la sociedad en red. Consecuentemente, diversos actores sociales como los gobiernos, los medios de comunicación, las organizaciones, las asociaciones y las empresas, han puesto en marcha sus propios canales en la red para comunicarse con el resto de la sociedad. Es importante hacer hincapié en ello porque una de las características de las sociedades digitales, como es el caso de la sociedad en red, es que todas las instituciones sociales pueden adquirir y desarrollar funciones propias de los medios de comunicación tradicionales, según Miquel de Moragas.⁴² Esto quiere decir que determinados actores sociales ya no dependen de los medios tradicionales para comunicarse con el resto de la sociedad.

¿Y qué ocurre con los medios tradicionales? Tradicionalmente, la aparición de un nuevo modo de comunicación ha supuesto la redistribución de las funciones de los medios ya existentes. El contexto de medios actual está liderado por la televisión, como viejo medio, e internet, como nuevo medio. El resto de medios preexistentes, como la radio y la prensa, se están teniendo que adaptar de manera más drástica a la red.

La situación responde a una «mediamorfosis», palabra propuesta por Roger Fidler para hacer referencia al proceso a través del cual los medios tradicionales (la prensa, la televisión, la radio y el cine, pero también la carta, el libro, el teléfono) no desaparecen, sino que adaptan sus formas y contenidos al nuevo contexto generado por la aparición de la nueva tecnología.⁴³

⁴¹ Castells, M., *La era...*, *op. cit.*

⁴² De Moragas, M., citado en Cardoso, G., *Los medios...*, *op. cit.*

⁴³ Fidler, R., *op. cit.*

En concreto, ¿a qué hacen frente los medios en el actual proceso mediamórfico? Entenderemos mejor lo que ha sucedido si atendemos a lo dicho por Mark Deuze, para quien los medios se integran en internet a través de la convergencia de distintos tipos de tecnologías.⁴⁴ El mismo autor señala que el resultado de la convergencia tecnológica es otros dos tipos de convergencia que se desarrolla de forma paralela: la cultural y la económica.

La convergencia cultural es propia de la cultura digital, de acuerdo con Henry Jenkins.⁴⁵ Esta convergencia cultural tiene como resultado un proceso de producción inclusivo, promoviendo una cultura popular participativa, dando a la ciudadanía herramientas para archivar, anotar, apropiarse y hacer circular contenido, cuestiones que ya se habían apuntado en este trabajo.

La convergencia económica, por su parte, afecta a unos procesos de producción informativa cada vez más concentrados (la tecnología permite su concentración y repensar en el modo de optimizarlos económicamente), así como también una concentración de las empresas mediáticas. A medida que un tipo de convergencia avanza —sea cual sea de las tres— las otras también lo hacen. Así, como señalan Ramón Salaverría y José Alberto García Avilés, a mayor convergencia tecnológica, mayor convergencia cultural y económica.⁴⁶

La continua convergencia tecnológica, cultural y económica empuja a los medios a mediamorfosearse. En todo este proceso, anota John Pavlik, se produce una modificación de las relaciones de producción y también el proceso de consumo de información mediática, resultado la cual se transforman «las relaciones existentes entre empresas informativas y periodistas y sus diversos destinatarios».⁴⁷

La mediamorfosis se inició a mediados de la década de 1990, cuando internet era todavía una red descentralizada. En aquellos inicios, el usuario se tenía que enfrentar al desconocimiento de un mar cada vez más vasto, la navegación se realizaba yendo de nodo en nodo, de enlace en enlace, buscando aquella información que interesaba. Conocer

⁴⁴ Deuze, M., «What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered», en *Journalism*, vol.6, núm. 4, Sage, 2005, págs. 442-464.

⁴⁵ Jenkins, H., *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2008.

⁴⁶ Salaverría, R., y García Avilés, J. A., «La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo», en *Trípodos*, núm. 23, 2008, págs. 31-47.

⁴⁷ Pavlik, J. V., *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2005, pág. 18.

dónde estaba un nodo y qué información contenía (por ejemplo, una web de un portal de entretenimiento) era complicado ya que no existían los buscadores. Los primeros internautas debían consultar guías, como quien consultaba un listín telefónico (las llamadas bitácoras, webs que eran directorios a partir de los cuales se enlazaban direcciones a las que acceder) e ir de puerto en puerto buscando aquello que querían encontrar.

El instrumento orientador que vino a salvar a los internautas de una navegación lenta y poco efectiva fue el buscador, herramienta que se ha acabado ubicando en el centro de la red como un agente que distribuye la navegación. Entre todos los agentes de distribución de la navegación, *Google*, creado en 1998, es el más usado a nivel planetario. La plataforma procesa en la actualidad más de tres mil millones de peticiones de búsqueda diarias y su web es la más visitada a nivel mundial.⁴⁸

La mediamorfosis se ha producido progresivamente a medida que se han ido introduciendo más posibilidades de navegación e interacción en la red. En un primer momento, los medios y la audiencia dispusieron de la web 1.0, con limitaciones de diseño y participación. Posteriormente, la web 2.0 o «web social», llamada así a partir de la *Conferencia sobre la web* de 2004 en San Francisco, supuso la posibilidad de un mayor grado de participación en la construcción de la red por parte de la audiencia, a la que se le facilitaba tener su propia página por medio de programas de diseño y producción de contenidos sencillos y baratos, cuando no gratuitos. Los programas de diseño más utilizados han sido algunos específicos como *Dreamweaver* y otros en línea como *Wordpress* o *Blogspot*. Durante este período también surgen las primeras redes sociales, como *Myspace*.

La web 2.0 trajo consigo el nacimiento de la blogosfera, denominándose así al conjunto de cientos de miles de webs personales que acabaron constituyendo unas primeras comunidades virtuales: «La blogosfera, en tanto que espacio de comunicación compartida, es resultado de la interconexión de los blogs a través de mecanismos como

⁴⁸ Biswas, S., «Qué hacer con 3.000 millones de preguntas al día», en *BBC.com*, en www.bbc.com/mundo/noticias/2013/09/130912_tecnologia_google_buscar_futuro_gomes_finde_cch, publicado el 16-09-2013, consultado el 20-03-2017.

los hiperenlaces, los comentarios, etc.».⁴⁹ La web 2.0 también supuso nuevas formas de producción colectiva en red como los *wikis* (como por ejemplo la *Wikipedia*), el intercambio interpersonal de archivos (a través de mecanismos de intercambios como el P2P), la posibilidad de etiquetado de contenidos, el «cobro por click» y la optimización de los motores de búsqueda.

Finalmente, la web 3.0, en la que los usuarios pueden producir información constantemente, prácticamente en cualquier página que visitan y a través de las redes sociales en las que participan, ha supuesto que los individuos sean los mayores productores de contenidos, consolidándose así su rol de *prosumers*, concepto definido por Toffler en la década de 1970. Con el desarrollo de la web 3.0 los usuarios ya no necesitan crear una web para estar presentes públicamente en la red, transmitir e intercambiar información, porque pueden hacerlo a través de las redes sociales.

Es importante entender el proceso explicado anteriormente porque de él ha dependido que los medios hayan ido presentando distintos contenidos y formas y que actualmente sean lo que son. Si analizamos el tráfico de internet vemos cómo los individuos navegan, en gran parte, a través de medios digitales que provienen de la tradición de la comunicación de masas y que se han visto obligados a cambiar su tradición comunicativa unidireccional para permitir que la audiencia decida por sí misma a qué quiere acceder y cuándo quiere hacerlo y, sobre todo, pueda participar. Esto significa que se han tenido que adaptar a la naturaleza comunicativa del ser humano, lo que ha supuesto la gran adaptación mediamórfica.

Pero las convergencias tecnológica, cultura y económica no solo han producido que los medios existentes se hayan tenido que adaptar, sino también la aparición de un nuevo instrumento comunicativo dentro de internet, la red social, un medio completo, que conjuga todas las posibilidades comunicativas que puede desarrollar el ser humano.

¿Responden las redes sociales a la definición de medio de comunicación anteriormente realizada? La respuesta es sí. Pero es que, además, la red social en internet es un medio tremendamente eficiente desde el punto de vista comunicativo porque cumple con los tres

⁴⁹ Cerezo, J. M. (dir.), *La blogosfera hispana: pioneros en la consulta digital*, Fundación France Telecom, 2014, pág. 217, en http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf, consultado el 23-07-2014.

rasgos atribuidos por Castells a cualquier estructura en forma de red: flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia.⁵⁰

La red social también es, como la red que la acoge, internet, una red distribuida. Ambas, al ser redes, tienen una estructura similar a la de cualquier otro organismo vivo. Las redes sociales digitales componen esas comunidades que avanzaba Castells a mediados de la década de 1990 y que preveía que estarían basadas en los intereses individuales y en las afinidades y los valores de las personas, que permitirían una conexión saltando por encima de los límites físicos y de lo cotidiano.⁵¹ Quizás ello sirva para explicar la gran aceptación de las redes sociales entre los individuos y el dominio de aquéllas que se han mostrado especialmente flexibles, adaptables y capaces de sobrevivir.

En el momento de la elaboración de este trabajo existía una red social predominante a nivel mundial por el número de usuarios: *Facebook*. Creada en 2004, contaba a finales de 2016 con 1.860 millones de usuarios activos mensuales.⁵² La segunda red social por número de usuarios —usada esencialmente como servicio de mensajería y también propiedad del Grupo Facebook— era *WhatsApp*, que en 2016 alcanzó los mil millones.⁵³ *Twitter*, que ocupó la segunda posición desde su nacimiento en 2006 y durante casi una década, ofrecía servicio a 313 millones de usuarios al mes el mismo año, según datos de la propia compañía.⁵⁴ Con la web 3.0 también surgieron otras muchas plataformas que permiten a los usuarios subir y compartir todo tipo de información, como vídeos (el caso de *Vimeo*, en 2004 o *Youtube*, en 2005) o fotografías (*Instagram*, en 2010). Según un estudio de 2016 de la consultora IAB Spain, el 81% de los internautas españoles de 16 a 55 años (unos 15 millones de personas) utilizaban redes sociales. *Facebook* era conocida por todos los usuarios de internet en España, seguida por *WhatsApp* (94%). Ambas eran, además, las dos preferidas por el 38% de los internautas que usan redes sociales, respectivamente. Les seguían, en grado de conocimiento, *Twitter* (92%), *Youtube* (84%), *Instagram* (83%) y *Google+* (73%). Un 79% de los usuarios decía que lo que hacía con

⁵⁰ Castells, M., *La sociedad...*, *op. cit.*, pág. 30.

⁵¹ Castells, M., «Internet y la sociedad red», en De Moraes, D., *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder*, Barcelona, Icaria, 2005, pág. 218.

⁵² Fiegerman, S., «Facebook es closing in on 2 billion users», en *CNN.com*, en <http://money.cnn.com/2017/02/01/technology/facebook-earnings/>, publicado el 01-02-2017, consultado el 21-03-2017.

⁵³ El País, «WhatsApp rompe la barrera de los mil millones de usuarios», en http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2016/02/03/actualidad/1454477728_110246.html, publicado el 04-02-2016, consultado el 21-03-2017.

⁵⁴ Twitter, «It's what's happening», en <https://about.twitter.com/company>, consultado el 21-03-2017.

más frecuencia en las redes sociales de las que forma parte era chatear y enviar mensajes. Los usuarios accedían a las redes sociales un promedio de 2h 57m diarias. El ordenador portátil fue la principal vía de acceso a *Facebook* (en un 89% de los casos), mientras que el móvil lo fue para *WhatsApp* (también para un 89% de los usuarios). El estudio advertía que *WhatsApp* e *Instagram* fueron, en 2016, las que más aumentaron la frecuencia de visitas, mientras que *Twitter*, *Google+* y especialmente *Line* fueron las que más disminuyeron. *Facebook* también perdió frecuencia de visitas con respecto a estudios de años anteriores.⁵⁵

Cabe ahora responder a una importante pregunta. Dada la versatilidad funcional de las redes sociales, ¿Qué tipo de medios son? Si se repasa la literatura académica existente no hay ningún autor que haya ubicado de manera categórica a las redes sociales dentro del sistema de medios. Podemos partir del modelo de clasificación de medios de difusión de Majid Theranian.⁵⁶ Lo tendremos que completar ya que ha quedado sobrepasado por la versatilidad de internet, pero nos puede inspirar en parte para situar las redes sociales en una posición dentro del sistema de medios y a entender su potencial como instrumento que permite al individuo ser partícipe del ámbito sociopolítico.

En primer lugar, Theranian habla de «macromedios», que actúan como agentes de globalización de mercados, sociedades y culturas, entre los que estaría esencialmente internet y la televisión por satélite. En la escala de influencias a nivel global, los macromedios estarían por encima de los demás. En segundo lugar estarían los «mesomedios», controlados por gobiernos o grupos de presión comercial y que funcionan como agentes de integración nacional y movilización social, entre los que estarían la prensa, la radio, la televisión y el cine. Por último, en la clasificación de Theranian aparecen los «micromedios», entendidos como instrumentos de comunicación periférica, que serían dispositivos como el teléfono, el CD, el DVD (a los que también podemos añadir toda aquella publicación que no esté controlada por ningún gobierno ni grupo de presión comercial, como por ejemplo las publicaciones alternativas, a las que Theranian no hace referencia). Los micromedios son aquellos que permitirían un tipo de

⁵⁵ IAB Spain, *Estudio anual de redes sociales*, en http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/04/IAB_EstudioRedesSociales_2016_VCorta.pdf, publicado el 20-04-2016, consultado el 21-03-2017.

⁵⁶ Theranian, M., *Global Communication and World Politics*, Londres, Rienner Iseas, 1999.

comunicación horizontal, entre individuos que están en la misma posición dentro de la organización social.

Como decimos, la clasificación de Theranian sirve como punto de partida pero las redes sociales la invalidan en parte porque asumen funciones de los macro, meso y micromedios. En primer lugar, a través de ellas se puede promover la globalización y el poder económico y político establecido (función de los macromedios). En segundo lugar, como hemos visto, las instituciones mediáticas tradicionales recurren a las redes sociales (y actúan como mesomedios). Del mismo modo, desde las redes sociales también se puede desarrollar una resistencia a las imposiciones promovidas desde cualquier ámbito (función que sería propia de los micromedios)

De acuerdo con Jenkins, la adaptación de los medios tradicionales ante el fenómeno internet no ha sido tanto la personalización de contenidos para la audiencia, como se preveía, sino la posibilidad de socializar los mismos a través de las redes sociales.⁵⁷ La socialización de los medios tradicionales ha permitido que las audiencias vean satisfechas sus ansias de participación y que los primeros no dejen de ser la referencia para la información y el entretenimiento de las mismas, según Pavlik.⁵⁸ Como apunta López, la participación de la audiencia se tiene que establecer a través de unos mecanismos bien definidos.⁵⁹

Los medios tradicionales continúan a día de hoy tratando de conformar sus propias comunidades virtuales y/o formar parte de las que cuentan con un mayor número de usuarios. Por ejemplo, hallamos comunidades virtuales creadas por los propios medios, como es el caso de *Eskup* de *El País*, pero también podemos observar como los medios acceden con sus informaciones a las redes sociales más utilizadas por la audiencia como *Facebook* y *Twitter*.

Al observar lo anterior, vemos cómo los medios de masas utilizan las redes sociales como un instrumento más en el contexto de total convergencia de medios que describe Jenkins, en el que se produce un flujo de información a través de múltiples plataformas

⁵⁷ Jenkins, M., *op. cit.*

⁵⁸ Pavlik, J. V., *op. cit.*

⁵⁹ López, X., «Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo», en *op. cit.*

mediáticas, resultado de la cooperación de diversas industrias comunicativas, y el comportamiento migratorio de las audiencias.⁶⁰

En este sentido, la convergencia afecta las relaciones entre las tecnologías existentes pero también a las industrias y los mercados informativos, a los géneros periodísticos y las audiencias, que esperan ser menos pasivas y más participativas, oportunidad que los medios digitales están ofreciendo.

Definitivamente, han sido las redes sociales y su efecto catalizador sobre las acciones del *prosumer* las que han alterado la manera de proceder de las industrias periodísticas y de entretenimiento, haciendo que se acepte por parte de los medios que los consumidores tienen el derecho y privilegio de ser productores y usuarios de sus propias informaciones. Deuze califica tal fenómeno como «periodismo líquido».⁶¹

Todo este proceso hace también que, necesariamente, se tenga que hablar de una nueva lógica productiva, distributiva y de uso de medios en la red para diferenciarla de la lógica productiva de los medios que existían anteriormente. Así lo hace el modelo de Klinger y Svensson:⁶²

Lógica de los medios	Fuera de la red	En la red
Productiva	Selección de la información y generación de contenido llevadas a cabo por periodistas profesionales a partir del valor que se le asigna a la información; la producción del contenido tiene un coste.	Selección de la información y generación de contenido realizado por los usuarios, de acuerdo con sus preferencias individuales y aquello que más les llama la atención; la producción no supone un coste.
Distributiva	Información distribuida a una audiencia a través de soportes y canales que representan un cierto coste.	La audiencia es intermediaria, distribuye contenido dentro de las redes de las que forma parte; no supone coste alguno para la audiencia.
De uso	La audiencia es expuesta a contenidos limitados, orientados hacia un consumo pasivo.	La audiencia interactúa y participa de forma activa en la producción y consumo de información.

⁶⁰ Jenkins, H., *op. cit.*

⁶¹ Deuze, M., «The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship», en *International Journal of Communication*, vol. 2., Indiana, Indiana University, 2008, pág. 848.

⁶² Klinger, U., y Svensson, J., «The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach», en *op. cit.*, pág. 6.

Por tanto tenemos un nuevo medio, la red social, que ha hecho que los medios tradicionales se transformen en forma y contenido e incluso que se hayan tenido que adaptar a una nueva lógica productiva, distributiva y de uso. Los cambios no sólo afectan a las instituciones mediáticas. Los individuos, a través de las redes sociales desarrollan contenidos informativos inspirados por los patrones típicos del periodismo. De repente, vinculan un hecho con la actualidad, informan sobre él, lo interpretan, opinan sobre el mismo... Y lo hacen a partir de lo que ellos consideran sus propios criterios de noticiabilidad (ellos deciden lo que es publicable, el enfoque que le dan, en definitiva, el tratamiento informativo). Imitan lo que hacen los informadores profesionales, pero a nivel personal. Esto se aprecia de forma más clara en las redes sociales de *micro-blogging*, como *Twitter*, en las que se está generando un ambiente periodístico. En definitiva, aparece un nuevo tipo de audiencia interesada en participar por distintas vías compartiendo información y, al mismo tiempo, dispuesta a elaborar y compartir material informativo.

De esta manera, con una comunicación más horizontal e interactiva, a través de las redes sociales se genera lo que podemos calificar como labor pseudoperiodística individual y alternativa que acaba proporcionando informaciones con potencial para llegar hasta cualquier usuario y que, además, permanecen en el tiempo ya que quedan a disposición de la audiencia. En este sentido, las redes sociales contribuyen al intercambio y a la permanencia de la información producida por los sujetos, que según Klinger y Svensson: «permite las respuestas en tiempo real pero además extiende la vida de la información enlazada».⁶³ Todo ello viene a reforzar el comportamiento cultural de los sujetos de la sociedad en red, de los que antes decíamos que se sienten informados, son más dialogantes y componen una sociedad redaccional.

En relación al contenido de los mensajes, como en cualquier interacción comunicativa, es de esperar que, aparte de información, interpretación y opinión, en las redes sociales aparezca el discurso de tipo persuasivo basado en *ethos*, *pathos* y *logos*. Según Inmaculada Berlanga, Francisco García, y Juan Salvador Victoria:

«En las redes sociales cada usuario que interviene lo hace para comunicar con fines persuasivos de diferente tipo (convencer, seducir, agradar, conmover, interesar, etc.), pocas veces se limita a “compartir su vida” y cuando lo hace es con la intención de motivar cierta respuesta entre sus amigos-usuarios de esa misma red, intención en la que se puede

⁶³ *Ibíd.*, pág. 13.

vislumbrar cierto grado de persuasión (...) Incluso se puede determinar que, como los oradores clásicos, sigan un proceso parecido al que ellos seguían en la construcción de argumentos (...) ya que buscan ideas y argumentos (*inventio*) que luego organizan de algún modo aunque no sigan un orden discursivo habitual (*dispositio*), para expresarlos a continuación, según ciertas estrategias elocutivas y representarlos, finalmente, recurriendo a nuevas formas de pronunciación (*actio*), de manera que tales discursos retroalimentan el tesoro de contenidos de la red social (memoria) al formar parte de él una vez han sido “pronunciados” (...) Por otro lado, las redes sociales permiten la inclusión de múltiples variables textuales (escritura, imagen fija, vídeo, multimedia, etc.). Esto amplía su potencial expresivo enormemente y apoyan al discurso para que logre su objetivo de persuasión».⁶⁴

En cuanto a la audiencia, a pesar de que el emisor de la información tenga intención de delimitarla, el control sobre el número de sujetos que consumirá el mensaje es difícilmente previsible. Como afirma Eden Litt, la práctica imposibilidad de cuantificar el tamaño y de prever la composición, la accesibilidad y la disponibilidad de la audiencia de las redes sociales es algo característico de las mismas.⁶⁵

3.4. El sujeto es el mensaje

Como hemos señalado anteriormente, internet ha desubicado espacialmente a un individuo acostumbrado a asociar lo real con lo físico. Insistimos en que una de las mayores peculiaridades que internet tiene como instrumento comunicativo es la confusión que ha generado para que el propio sujeto distinga entre lo que hace dentro del medio y fuera de él (Castells lo resuelve hablando de «cultura de la virtualidad real», como comentábamos). A continuación discutimos sobre la profundidad de la transformación cultural de las personas.

Sin duda, los medios de difusión social, a través del proceso de mediatización, podían tener efectos sobre la percepción de la realidad en los sujetos y en la construcción de su identidad personal pero siempre se percibían como algo de lo que el individuo no formaba parte. McLuhan llegó a proclamar en 1971 que el medio se había convertido en el

⁶⁴ Berlanga, I., García, F., y Victoria, J. S., «Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: nuevo “retor” del siglo XXI», en *Comunicar*, núm. 41, 2013, pág. 131.

⁶⁵ Litt, E., «Knock, knock. Who's there? The imagined audience», en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 3, núm. 56, 2012, págs. 330-345.

mensaje para reclamar que la percepción y procesamiento del propio mensaje por parte de R no sólo depende del contenido del mismo sino también del medio (entendido por canal) utilizado. Un mensaje que, como hemos apuntado, se transmitía a través de un proceso de comunicación unidireccional que no facilitaba la manifestación comunicativa por parte del receptor del mismo: a un lado siempre estaba el medio y al otro la audiencia.

Con la llegada de internet, Castells dice que «la red es el mensaje», asumiendo también que ahora la red es el nuevo medio. Sin embargo, internet, al suponer la oportunidad de participación activa en el proceso comunicativo, va más allá de la mediatización que causan los medios tradicionales. Hemos explicado que, en la red, lo normal es que el sujeto, aparte de recibir mensajes, también los construya. Desde esa posición es fácil argumentar que, con la producción de mensajes, el sujeto se está construyendo a sí mismo, se posiciona en el mundo, como ocurre siempre que se comunica. Para poner énfasis en la importancia de la presencia de los sujetos en la red y teniendo en cuenta que son éstos los que de manera activa producen y consumen la información, se puede aseverar que el sujeto se ha convertido en parte de la red, como si de un nodo más se tratara. Si el medio (y la red) es el mensaje, y el sujeto es la red, el sujeto también es el medio y el mensaje. Esto concede al sujeto un poder de mediatización como antes nunca había tenido que implica, para Roger Silverstone: «crear significados, persuadir, prescribir y reforzar, guiar la reflexión y la reflexividad, enfocar e informar, explicar y articular memorias, presentar, revelar, explicar, dar acceso y participación, escuchar, hablar y ser escuchado».⁶⁶

El mismo autor apunta que las tecnologías que sirven para la mediatización sirven también como instrumento para la organización social. Al respecto, Castells advierte que internet tiene un alto componente individualista: «No es que internet cree un modelo de individualismo en red, sino que el desarrollo de internet proporciona el soporte material apropiado para la difusión del individualismo en red como forma dominante de sociabilidad».⁶⁷

Este poder de mediatización se practica de manera constante desde que el sujeto es red, medio y mensaje. El mismo McLuhan advertía que la informática se convertiría en una extensión del propio ser humano. Ese momento, en el que el sujeto, el mensaje y el medio

⁶⁶ Silverstone, R., citado en Cardoso, G., *Los medios...*, *op. cit.*, pág. 49.

⁶⁷ Castells, M., *La Galaxia...*, *op. cit.*, pág. 172.

(la red) se debían unir gracias a la informática, ya ha llegado y se observa entre aquéllos que han nacido al tiempo que internet o que lo han aceptado plenamente como instrumento comunicativo. Son precisamente tales personas las que no tienen (o en cualquier caso, si la tienen la tienden a tener cada vez menos) necesidad de separar su vida *on line* de la vida *off line*, porque en sus prácticas cotidianas y en sus universos significativos ninguno de estos ámbitos existe ni funciona sin la presencia del otro, tal y como asevera Rosalía Winocur.⁶⁸

Los nacidos al inicio o ya una vez consolidada la sociedad en red, se suelen adaptar al nuevo ambiente comunicacional de una manera natural. A estos individuos se les agrupa comúnmente, y durante los últimos tiempos, bajo la denominación «*millenials*», expresión que utilizan por primera vez William Strauss y Neil Howe en el año 2000 y que se ha popularizado en el vocabulario común.⁶⁹ Son personas que han nacido en un ambiente comunicacional determinado por la red o se han adaptado a la misma. Internet es para ellas su vía para informarse, entretenerse y relacionarse. Practican la comunicación de manera simultánea, convirtiéndoles en sujetos que reciben y producen más estímulos informativos que los de generaciones anteriores. Si observamos a los *millenials* españoles, internet es el medio preferido para informarse, relegando a un segundo lugar a la televisión. A la prensa se la percibe como un medio demasiado antiguo mientras que la radio la utilizan básicamente para escuchar música, según Ana Isabel Bernal.⁷⁰ Concepción Naval y Charo Sábada añaden que, precisamente, internet y las redes sociales son aceptadas por los más jóvenes en un momento en que es patente la desconfianza que sienten hacia los medios: se muestran críticos y los consideran manipuladores, especialmente a la televisión y a la prensa.⁷¹ Según lo anterior, predomina la idea de que los jóvenes huyen de los medios de difusión tradicionales hacia internet para informarse sobre temas de actualidad. Sin embargo Miguel Túñez ofrece un contrapunto. Demuestra que se produce la paradoja de que, para mantenerse informados sobre cuestiones de actualidad, los jóvenes españoles optan en primer y segundo lugar, respectivamente, por la televisión y la prensa. Internet figura en tercer lugar en cuanto a

⁶⁸ Winocur, R., *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como el espacio de control de la incertidumbre*, México, Siglo XXI editores, 2009.

⁶⁹ Strauss, W., y Howe, N., *Millennials Rising: The Next Great Generation*, Nueva York, Vintage Original, 2000, pág. 370.

⁷⁰ Bernal, A. I., «Definición conceptual de los medios de comunicación por un grupo de jóvenes españoles. El valor de Internet», en *Vivat Academia*, n° 112, 2010.

⁷¹ Naval, C., y Sábada, Ch., «Juventud y medios de comunicación frente a frente», en *Revista de Estudios de Juventud*, n° 68, 2005.

medio en el que consumen informaciones de actualidad.⁷² A pesar de que creen que la red permite una mayor independencia informativa, las instituciones mediáticas les siguen pareciendo, al fin y al cabo, los medios más creíbles, seguramente porque siguen confiando en los medios de difusión profesionales antes que en aquellos contenidos que puedan encontrarse en una red social. Según el estudio de Túñez, casi todos los individuos se conectan a la red pero solo la mitad acceden a los diarios digitales para buscar información y lo hacen mayoritariamente a través de cabeceras que se editan en papel. Así pues, una cosa es el recelo que sienten hacia las instituciones mediáticas y otra la elección final que realizan para informarse sobre temas de actualidad, que acaba pasando, en la mayoría de ocasiones, por los medios de difusión tradicionales fuera o dentro de internet.

De los que provienen de otro contexto comunicativo anterior, es decir, de aquellos que no sean estrictamente *millennials*, se espera que se adapten a informarse de manera autónoma y a un ambiente informativo inestable. Al menos así lo considera Deuze: «Lo que se espera de las personas en la sociedad actual es que adquieran los conocimientos y fuentes necesarias para navegar de forma compleja y permanente a través de una red tecnológica y social».⁷³

3.5. La lógica económica de la red: *ciberneoliberalismo económico*

En un análisis sobre cómo se legitima el poder político en la sociedad en red, creo que es ineludible abarcar una reflexión acerca de las transformaciones económicas que se están dando en esta última. Al fin y al cabo, como ya hemos dicho, Habermas asevera que el nacimiento de la esfera pública está vinculado, entre otras cosas, a los cambios económicos que se van produciendo de la alta edad media en adelante (la formación de una primera burguesía es la que va cambiando los modos de legitimar el poder, según él). Como también hemos visto, relaciona la decadencia de la esfera pública a las interferencias que se ocasionan desde el ámbito económico de las sociedades industrial y postindustrial, entre otros aspectos. En este sentido, me pregunto qué nuevos modos de

⁷² Túñez, M., «Jóvenes y prensa en papel en la era Internet. Estudios de hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 15, 2009, págs. 503-524.

⁷³ Deuze, M., «The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship», en *op. cit.*, pág. 858.

hacer economía pueden haber derivado del desarrollo de la sociedad en red y, si los hubiera, qué influencias pueden estar causando en los procedimientos para legitimar el poder político. Establezco tal discusión a continuación, desde una perspectiva crítica, para lo que tengo en cuenta la teoría crítica de la economía política, enfoque que Habermas, por cierto, no suele contemplar en su teoría sobre la esfera pública.

La sociedad en red se asienta sobre las bases económicas de la sociedad liberal de masas. En esta última, de acuerdo con Habermas, el Estado asume de entrada la responsabilidad de ser el guardián de un modo de organización social que se sustenta esencialmente en la economía capitalista y en donde se producen relaciones de dominación y desigualdad en función de la riqueza acumulada.⁷⁴ La globalización económica habría erosionado el papel controlador del Estado y ocasionado un trasvase de parte del mismo hacia las grandes empresas y las instituciones supranacionales, según el propio Habermas.⁷⁵ Sobre la sociedad liberal de masas Arendt considera que se caracteriza por que el consumo está en la base de la economía y por que no se diferencia la labor del trabajo.⁷⁶ En tal tipo de sociedad, existe el riesgo de que la cultura de masas, consecuencia a su vez de los modos de organización económica, erosione la esfera pública al ahuyentar la acción / pluralidad, según la autora.

Sassi, desde la economía política, asigna a las sociedades modernas determinados atributos económicos como la racionalización, la diferenciación y la mercantilización.⁷⁷ Interpretando a la autora, podemos trasladar tales características a la sociedad en red, como sociedad moderna que es:

a) Racionalización: en la sociedad en red puede haber discursos que obedecen a la instrumentalización, al pensamiento racional y tecnocrático. Internet es un instrumento útil para la competencia empresarial. A partir de la mediación tecnológica, una corporación puede obtener más beneficios que sus adversarios porque puede incrementar la comunicación y sus relaciones con el entorno, siempre a partir de discursos racionalistas e instrumentales. Por tanto, la sociedad en red contribuye a reforzar y expandir el sistema capitalista.

⁷⁴ Habermas, J., *Facticidad...*, *op. cit.*

⁷⁵ Habermas, J., *La constelación...*, *op. cit.*

⁷⁶ Arendt, H., *op. cit.*

⁷⁷ Sassi, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *op. cit.*

b) Diferenciación: en la sociedad en red se reproduce la especialización económica que prevalece en la sociedad moderna. Hay campos de conocimiento que producen sus propios códigos y lenguajes. Internet reproduce la divergencia y la fragmentación cultural, la emergencia de subculturas y la segmentación de las audiencias, propias de las sociedades modernas.

c) Mercantilización: la sociedad en red recurre a la mercantilización de la información y del conocimiento. El valor de lo que se produce a través de la red depende del valor que le asigna el mercado.

De hecho, en la sociedad en red se puede hablar de un nuevo tipo de economía, la «economía digital», que se enmarca dentro de la economía de bienes y servicios. Entre sus rasgos, como especifica Richard Barbrook, incluye la inversión del Estado para poder generar y controlar la infraestructura necesaria para que circule la información, y de la iniciativa empresarial privada, que es la que desarrolla los servicios.⁷⁸ Castells promulga que, a través de la economía digital, se fortalece el modelo de capitalismo globalizado y neoliberal, que se caracteriza por un aumento de la flexibilidad y la competitividad laboral que supone el recorte de los derechos de los trabajadores. También se han facilitado procesos como el de la deslocalización empresarial, según el autor:

«Cabe sostener que, sin la nueva TIC, el capitalismo global hubiera sido una realidad mucho más limitada (...) El informacionalismo está ligado a la expansión y el rejuvenecimiento del capitalismo, al igual que el industrialismo estuvo vinculado a su constitución como modo de producción».⁷⁹

De este modo, en opinión de Terranova, internet se ha convertido en un modo de comunicación fundamental para la estructura del sistema capitalista.⁸⁰ Ello ha dado paso a lo que Castells y Fuchs bautizan como un «capitalismo informacional transnacional» o «capitalismo comunicativo» en el que la información se aprecia como una mercancía que, a pesar de ser intangible, puede acumularse para generar riqueza.⁸¹

⁷⁸ Barbrook, R., «The High-Tech Gift Economy», en *Readme! Filtered by Nettime: ASCII Culture and the Revenge of Knowledge*, Brooklyn, Nueva York, Autonomedia, 1999, págs. 132-138.

⁷⁹ Castells, M. *La era...*, *op. cit.*, pág. 45.

⁸⁰ Terranova, T., «Free labor: Producing Culture for de Digital Economy», en *op. cit.*, págs. 33-58.

⁸¹ Castells, M., *La era...*, *op. cit.*; Fuchs, C., «Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet», en *op. cit.*

Por tanto, como diría Sassi, la red ayuda a desarrollar las aspiraciones económicas de grandes actores empresariales, que se conjugan con tendencias crecientes hacia la ley y el orden.⁸² En referencia a ello, Poster nos avisa que es esencial ver qué y quién está detrás de tales aspiraciones económicas.⁸³ Si la analizamos de forma somera, veremos fácilmente cómo la red constituye un espacio en el que la información circula a través de canales privados usados públicamente entre los que destacan los grandes portales, los buscadores y las plataformas como *Google, Msn, Yahoo, Youtube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter...* En la actualidad, a estas corporaciones se les unen las compañías productoras de dispositivos (sobre todo de teléfonos móviles y de tabletas, como *Apple, Samsung y Sony*), de sistemas operativos (esencialmente, *iOS y Android*) y las compañías de telecomunicaciones (como *AT&T, Vodafone, Verizon, Deutsche Telekom, Nippon y Telefónica*).⁸⁴ Todas estas empresas se han consolidado como los líderes del momento en el campo de la innovación tecnológica. Desarrollan nuevos productos constantemente y tienen una capacidad de generar llamativos ingresos. Por ejemplo, ya en 2007 las seis grandes corporaciones de telecomunicaciones anteriormente nombradas generaron más riqueza que los 53 países que componen el continente africano. La mayoría de las compañías de telecomunicaciones son privadas (algunas privatizadas durante la década de 1990, como Telefónica), y operan en condiciones de oligopolio a nivel nacional e internacional.

La conformación de internet como una red distribuida es posible gracias a que las corporaciones privadas facilitan a los individuos las herramientas necesarias —los canales, los dispositivos y el software— para que accedan a ella y participen en su construcción. Según James Bohman, dicho fenómeno ha transformado la estructura de internet en un espacio totalmente privado desde el punto de vista económico.⁸⁵ En consecuencia, la relación entre internet y la esfera pública se va a ver condicionada por la apropiación del espacio por parte de tales actores económicos privados.

Acceder a los servicios de compañías de telecomunicaciones y de las empresas que gestionan la comunicación en la red (ya sea empresas de correo electrónico, proveedoras

⁸² Sassi, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *op. cit.*, pág. 30.

⁸³ Poster, M., «Cyberdemocracy, Internet and the Public Sphere», en *op. cit.*

⁸⁴ Fuchs, C., «Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet», en *op. cit.*

⁸⁵ Bohman, J., «Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy», en *op. cit.*

de blogs, redes sociales, etc.), exige la firma de un contrato y/o la aceptación de unas condiciones de uso que garantizan una relación empresa-cliente y que representan una serie de derechos pero también obligaciones para ambas partes. Además, el acceso a la red requiere de la compra / alquiler de un dispositivo que, como prácticamente la totalidad de productos de consumo, especialmente los electrónicos, que se fabrican en la actualidad, son objeto de obsolescencia programada. Esta última, en opinión de Joaquim Sempere, se centra en una estrategia empresarial encauzada a forzar el continuo consumo de productos cuya vida funcional / tecnológica queda limitada expresamente en el tiempo para que queden inutilizados y deban ser reemplazados.⁸⁶

A partir de este nuevo modo de economía, característico de la sociedad en red, se dan nuevas relaciones entre empleadores y trabajadores y productores y consumidores. Para entender tales relaciones se puede recurrir a hacer una conexión entre la economía digital y lo que algunos académicos como Terranova llaman el «fenómeno de la factoría social», a través del cual los procesos de producción han sido trasladados de los centros de trabajo a la sociedad en su conjunto. En el caso de internet, el hecho es el siguiente: en la red el individuo es productor activo de información que nutre de contenidos el sistema. Tal producción puede considerarse como trabajo, según la autora.⁸⁷ Pero además, se da la paradoja de que para poder llevar a cabo ese trabajo, el sujeto primero tiene que invertir, consumir o hacer un desembolso (como se prefiera llamar). Tiene que contratar el acceso a la red, disponer de un dispositivo y utilizar un software por el que en muchos casos debe pagar con dinero o facilitando datos de carácter privado. Por tanto, en la sociedad en red, el sujeto, en algunos casos, tiene que: 1) Producir para consumir y 2) consumir para producir.

Si en la sociedad industrial los productores buscaban la realización personal a través de actividades placenteras y de ocio fuera de horario laboral mientras que se sentían alienados en el trabajo, en el contexto de la sociedad en red y de la economía digital los productores se pueden sentir incentivados a trabajar gratuitamente y a realizar un previo pago para las corporaciones que controlan económicamente internet. Se puede hablar incluso de una «mercantilización total de la creatividad humana», tal y como recoge

⁸⁶ Sempere, J., *Mejor con menos*, Barcelona, Crítica, 2009.

⁸⁷ Terranova, T., «Free labor: Producing Culture for de Digital Economy», en *op. cit.*

Fuchs.⁸⁸ El fenómeno, para Jenkins y Deuze: «persigue «acelerar el flujo de contenidos con el fin de multiplicar los beneficios económicos de las compañías».⁸⁹

En la red, además, los usuarios facilitan voluntariamente datos personales, de carácter privado, que son requeridos al individuo en el momento en el que empieza a utilizar los servicios de las corporaciones. Dicha información (desde datos sociodemográficos como el género, la edad, la profesión, la formación académica, hasta la constante ubicación del individuo, sus preferencias comerciales, sus intereses culturales...) es acumulada y comercializada por las empresas tecnológicas. El fenómeno que representa el inmenso cúmulo de información en el entorno de la red es conocido como *Big Data*. En palabras de Danah Boyd y Kate Crawford: «se trata de un fenómeno cultural y económico que estudia —desde el ámbito académico pero también desde el empresarial— qué ocurre, qué consecuencias tiene y cómo se puede gestionar la información de esta era, producida en el entorno de internet».⁹⁰

Lincoln Dahlberg advierte del riesgo que representa la brecha que surge de la dominación de la propiedad de los medios sociales por unas pocas empresas con fines de lucro. Por eso, el autor, solicita un análisis crítico de las relaciones de empoderamiento que surgen de los contextos de las TIC y no sólo de los contextos de los usuarios. A juicio del autor, y concordando con lo dicho en este trabajo, determinadas grandes empresas tecnológicas están adquiriendo un control creciente —con el peligro de que llegue a ser casi o del todo supremo— de los contenidos presentes en internet, así como de las formas de acceder a la red.⁹¹

Al margen de lo descrito hasta el momento, existe un movimiento, el *open source*, que se escapa de las aspiraciones económicas de las grandes corporaciones de internet. Ha sido teorizado en términos de bien común. Joel West lo describe como una variación de la vieja tradición de crear y compartir, en este caso a través de licencias abiertas, cuyo uso es gratuito, para disponer del software necesario para poder producir y consumir

⁸⁸ Fuchs, C., «Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet», en *op. cit.*

⁸⁹ Jenkins, H., y Deuze, M., «Convergence Culture», en *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 14, núm. 1, Sage, 2008, pág. 6.

⁹⁰ Boyd, D., y Crawford, K., «Critical questions for Big Data. Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon», en *Information, Communication & Society*, vol. 15, núm. 5, 2012, pág. 662.

⁹¹ Dahlberg, L., «Expanding digital divides research: a critical political economy of social media», en *Communication Review*, vol. 18, núm. 4, Routledge, págs. 271-293.

información digital.⁹² Sheen S. Livane y Michael Prietula identifican tres elementos que afectan al fenómeno: la cooperación de los participantes, la diversidad de sus necesidades y una rivalidad con respecto a los productos que ofrecen las grandes empresas.⁹³ Claramente, el *open source* constituye una alternativa económica al modelo patentado por gigantes como *Microsoft*. A pesar de que los usuarios de este software libre representan una minoría dentro del conjunto se han conformado algunas comunidades virtuales en las que se coopera voluntariamente en la producción de infraestructura, como el caso del software libre *Linux*, y de contenidos, como *Wikipedia* (enciclopedia online) o *Indymedia* (periodismo online). Dichas plataformas difícilmente producen beneficios económicos, están libremente disponibles en la red y conforman, como decimos, un modelo alternativo de producción y consumo. Mención aparte merecen los sistemas de intercambio de información digital a través de programas *peer-to-peer* (como lo fueron y continúan siendo, en algunos casos, *Napster*, *KazaA*, *Edonkey*, *BitTorrent*...). Algunos de estos operadores han sido forzados por los gobiernos a dejar sus servicios por ser perjudiciales para los intereses empresariales y los derechos de autor. En esta parte de la red, de menor tamaño que la mercantilizada, se pone un gran acento en las reivindicaciones no sólo económicas, sino también sociales y políticas. Por tanto, como manifiesta Fuchs, el trabajo colaborativo de las redes alternativas, ajenas a los intereses empresariales, representa un gran potencial para generar proyectos políticos colectivos.⁹⁴

En cualquier caso, en la sociedad en red se desarrolla un poder comunicacional, que ya se daba con anterioridad, centralizado y apegado al poder económico, cumpliéndose las teorías de los deterministas tecnológicos más tradicionales, como Walter Benjamin, que advierte que las estructuras tecnológicas acaban siendo sometidas por el capital.⁹⁵ En relación a ello, Terranova expone que el poder comunicacional ha sido, tradicionalmente, una cuestión de capital: «si tienes dinero y poder, el acceso a los medios se produce prácticamente de manera automática».⁹⁶ El poder comunicacional se utiliza para que los medios de masas difundan las opiniones de sus dueños, por lo general de carácter

⁹² West, J., «How open is open enough?: Melding proprietary and open source platform strategies», en *Research Policy*, vol. 32, núm. 7, 2003, págs. 1.259-1.285.

⁹³ Levine, S. S., y Prietula, M. J., «Open Collaboration for Innovation: Principles and Performance. Organization Science, Forthcoming», en *SSRN*, en <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1096442>, publicado el 16-09-2013, consultado el 21-03-2017.

⁹⁴ Fuchs, C., «Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet», en *op. cit.*

⁹⁵ Benjamin, W., *Discursos Interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1973.

⁹⁶ Terranova, T., «Free labor: Producing Culture for de Digital Economy», en *op. cit.*, pág. 17.

conservador y acordes con la economía capitalista neoliberal. Con el control de los medios es relativamente sencillo hacer partícipe a la opinión pública en los consensos predeterminados desde las alturas. En definitiva, como anota Barbrook, el poder comunicacional se usa para conectar intereses económicos privados de índole capitalista con las decisiones del Estado, utilizando los medios como formas de generar consensos artificiales.⁹⁷ Al hacer una crítica económica de internet y de la sociedad en red desde la teoría crítica social y atendiendo a la economía política, nos damos cuenta de que, básicamente, se ha desarrollado un tipo de economía que supone un paso más en la ideología neoliberal económica al promover un nuevo tipo de trabajo sustentado por la cultura del «hazlo tú mismo» y que sirve a las grandes corporaciones, según el mismo autor, a través de un proceso que, paradójicamente, requiere de una inversión previa por parte del trabajador.

Sintetizando, el escenario económico que caracteriza a la sociedad en red, y dentro de él, el que afecta especialmente al ámbito de la comunicación social, es diferente al anterior. Basándonos en las aportaciones que se han hecho hasta el momento desde la economía digital como «capitalismo informacional transnacional» o «capitalismo comunicacional», pero para diferenciarlo de ellas, sugiero llamarlo *ciberneoliberalismo económico*. Estaríamos ante un modo de economía que bebe de los modos económicos del capitalismo neoliberal y que contribuye a su expansión a través de las TIC, que reconoce la información como principal fuente de valor, y recurre a la producción y a la acumulación de inmensas cantidades de conocimiento —muchas veces a partir del trabajo gratuito que desarrollan los usuarios en internet y de la previa inversión que realiza el propio trabajador para estar presente en red— aprovechando el deseo por parte de los sujetos de comunicarse con el resto del mundo para no quedar fuera de la sociedad. Resultado de todo ello es la concentración de un gran poder comunicacional en pocas corporaciones de las que dependen las vías de acceso a la red, así como las formas de producción y de consumo de información. En contraposición, y aunque sea inevitable realizar un cierto desembolso económico por parte del usuario para acceder a internet — porque deberá disponer de un dispositivo conectado a través de una compañía de telecomunicaciones—, también existe la posibilidad de recurrir al modelo *open source*, que ofrece a los sujetos participar en el acceso, la producción y el consumo de información en internet a través de sistemas operativos y distintos programas que son

⁹⁷ Barbrook, R., «The High-Tech Gift Economy», en *op. cit.*

concebidos como un bien común y, por tanto, ofrecidos de forma gratuita y para libre disposición de los usuarios. En cualquier caso, este último modelo de participación en la red, supone, a día de hoy, una vía minoritaria en comparación al modelo ciberneoliberal, mucho más extendido, aunque también una alternativa factible para evitar la formación de grandes monopolios y oligopolios que se lucren con la actividad de los usuarios en internet y controlen la información que éstos generan, consumen y comparten.

3.6. Cultura del *homo media*

Hasta el momento hemos visto que la comunicación ha estado presente y condicionado tanto el proceso de hominización y de humanización —desde los usos precomunicativos de la información que hacían nuestros ancestros— hasta las sofisticadas y diversas prácticas comunicativas humanas actuales, fruto de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

La comunicación, inherente a la naturaleza humana, es fundamental en el proceso de socialización y de la formación de la sociedad misma. Hemos dicho que para hablar de la comunicación humana se deben cumplir requisitos como la existencia de al menos un emisor y un receptor que se intercambien información, posibilitando la manifestación comunicativa y la trasposición de roles. También hemos señalado que el objetivo de la comunicación es que, a través de un mensaje configurado desde el emisor, se consiga una reacción del receptor que ayude a satisfacer el logro que el emisor desea.

Hemos concluido también lo poco natural que ha resultado la comunicación a través de los medios de masas (a los que se ha propuesto no llamar medios de comunicación), dada la nula posibilidad de manifestación comunicativa por parte del receptor y el imposible cambio de roles entre emisor y receptor. En este sentido, la unidireccionalidad en la transmisión de los mensajes que ha caracterizado históricamente a los medios de difusión, desde la aparición de la imprenta, acabó generando un discurso de masas.

De hecho, el auge de la sociedad moderna, con la industrialización y la expansión del sistema comercial, aparejado a una manera de entender la economía como sistema que debe funcionar a partir de la oferta y la demanda, facilitó que los medios de difusión adoptasen un patrón comunicativo de masas, estudiado primero y promovido después por los teóricos funcionalistas ligados a la democracia liberal estadounidense.

A partir de ese momento, la concepción de un discurso único y su difusión a través de unos medios de masas globalizados y cada vez más concentrados empresarialmente, junto a una progresiva sofisticación de un sistema de propaganda y de relaciones públicas pensado por una autoproclamada elite intelectual, ha caracterizado el sistema de medios.

En los sistemas de medios de las democracias occidentales, la adopción de un discurso libre por parte de los medios suele estar garantizada por las constituciones a través del derecho a la libertad de expresión. En el caso de España, la libertad de expresión está más protegida para los que desarrollan una labor de informadores profesionales. En nuestro país también se garantiza específicamente el derecho a la libertad de información, que pretende que la ciudadanía vea garantizado el derecho a recibir una información veraz. Sea como sea, la libertad de expresión y la libertad de información tienen el mismo tratamiento para las comunicaciones que se desarrollan fuera y dentro de internet.

A día de hoy, los medios siguen siendo considerados un recurso de poder, un instrumento de influencia, de control y de innovación social, una fuente primaria de información esencial, un lugar en el que se definen imágenes y realidades, en donde se expresan valores y cultura, además de una esfera en la que se desarrollan asuntos de la vida pública, constituyendo el origen de un sistema de normalización social.

Sin embargo, la tecnología a partir de la cual está construida la red, que es actualizada constantemente con la intención de crear un ambiente informacional estable y abierto, ha abierto un amplio espectro de posibilidades comunicativas. La información en internet se difunde de manera distribuida, el usuario decide a qué información accede y cuándo lo hace —sin que el consumo de información sea lineal como en la televisión o la radio— y lo mismo hace con la producción y difusión de la misma. Se genera un proceso inclusivo del individuo, en donde las convergencias tecnológicas, culturales y económicas, se refuerzan las unas a las otras.

Como consecuencia de todo ello, queda obsoleto el concepto de sociedad de la información, que describe un tipo de sociedad en donde la información, objeto de constantes procesos de apropiación, es la base de la organización social. El término sociedad en red describe mejor un tipo de sociedad determinada organizativamente por las tecnologías de la información y la comunicación basadas en la informática y la microelectrónica, en donde hemos visto que la apropiación de los usos que permiten

tecnologías de la información y de la comunicación ya no se produce exclusivamente por parte de unos pocos, si bien se canalizan a través de unas pocas redes sociales.

¿Y qué pasa con los sujetos? ¿Es suficiente con atribuirles las características asignadas por el calificativo *millennial*? Recordemos: según lo recogido en este trabajo, *millennial* es aquel sujeto que, habiendo nacido en los albores de la revolución digital, practica la comunicación de manera simultánea, siendo personas que reciben y producen más estímulos informativos que las de las generaciones anteriores. Los *millennials* han sido descritos, en la mayoría de ocasiones, por artículos periodísticos —no académicos— y a partir del perfil sociológico y/o psicológico de éstos: nos han dicho cómo son; cómo se comportan dentro de la sociedad; cuáles son sus expectativas, sus motivaciones, sus frustraciones; y poco más. Sin embargo, a partir de la nomenclatura *millennial* no hay estudios académicos que nos hablen de cómo se comunican y qué consecuencias puede tener ello sobre la cultura, la economía y la política.

Nosotros hemos dicho que, en la sociedad en red, los sujetos se sienten más informados, son más dialogantes y redaccionales. La cultura digital produce dicotomías como la posibilidad de comunicación y, a la vez, aislamiento, la contracción temporal y la generación de tiempos propios, la identidad simultánea entre individualismo y pertenencia colectiva y la confusión entre cultura y tecnología. Además, se acentúa la hipervisualidad presente durante las últimas décadas del siglo XX en el modelo de comunicación colectiva masiva, ahora también en otros modelos que han adquirido mayor protagonismo con la irrupción de internet: los modelos de comunicación interpersonal y comunicación colectiva no masiva. En este tipo de sociedad, instituciones de cualquier tipo tienen capacidad para convertirse en medio pero también la tendrían los propios sujetos, sobre todo a través de las acciones comunicativas que desarrollan en las redes sociales. Las redes sociales de mayor aceptación están demostrando ser flexibles, adaptables y con capacidad de supervivencia. En ellas se materializan, como en cualquier medio digital, los procesos de convergencia cultural. En este sentido, las redes sociales como paradigma de comunicación interpersonal, asumen funciones de los macro, meso y micromedios, y son usadas especialmente por individuos jóvenes que se informan y comunican en un ambiente informativo inestable y de unas dimensiones y complejidad mucho mayores que los sistemas de medios precedentes. En cualquier caso, en el contexto actual los individuos son más activos a nivel comunicacional y tienen un poder

de mediatización que, tradicionalmente tendía a estar concentrado en manos de los que han ostentado el dominio de los medios de difusión social y que han sido promotores de un discurso único. Ahora, el poder de mediatización se puede ejercer también a través de internet y éste se convierte automáticamente en un instrumento de organización social a través del cual los individuos que tienen la oportunidad de dejar de ser masa para convertirse en público.

Dahlgren define «cultura» como «el conjunto de procesos colectivos que conllevan de fabricación de significado».⁹⁸ ¿Cómo son tales procesos en la sociedad en red? ¿Cómo se fabrican los significados? Con lo comentado hasta el momento, hemos llegado a la conclusión de que los sujetos que se integran en una sociedad en red generan nuevas maneras de transmitir y consumir información, muchas veces en forma de imagen, siendo muy participativos y, en definitiva, poniendo en práctica unos procesos comunicativos a través de la red similares a los de un medio de difusión social. A través de la red, el sujeto selecciona acontecimientos, a veces relacionados con su vida privada y otras veces conectados con lo público, informa sobre ellos, los interpreta, e incluso opina, quedando protegido el derecho a la libertad de expresión y a la libertad de información por la Constitución. El sujeto, como individuo, pero también como persona perteneciente a un colectivo, participa de forma activa en la producción de significados que trascienden al ámbito social de una forma que antes jamás habría sido posible si no fuera por internet. Por tanto, estamos hablando de la generación de un nuevo tipo de cultura.

Es por ello que, para referirnos al nuevo sujeto cultural, propongo llamarle «*homo media*». Recomiendo utilizar el concepto para representar los cambios en la condición humana pero no para hacernos referencia a una nueva especie (de eso ya se encargará en un futuro la antropología, como es lógico). En la literatura académica en español ha habido alguna manera similar de referirse a los sujetos protagonistas de la reciente revolución digital. En el *Corpes Siglo XXI* de la Real Academia de la Lengua Española, aparece el término *homo informans* usado, según la institución, por primera vez en 2005 por Manuel Arce, que quiere decir «el nuevo ideal de hombre surgido de la Revolución Informática». El término hace referencia al hombre informador, no al hombre comunicador y no contempla ninguna de las características que aquí hemos atribuido al *homo media*. Según el *Corpes*, Arce también habla de *homo informandus*, como «el

⁹⁸ Dahlgren, P., «The Internet and the Democratization of Civil Culture», en *op. cit.*, pág. 336.

hombre que necesita ser informado».⁹⁹ En el resto de literatura académica en otros idiomas no he encontrado ningún concepto parecido.

En la cultura del *homo media*:

- Internet se vuelve el principal canal de comunicación para la mayoría de los sujetos, siendo la estructura de la red flexible, adaptable y con capacidad de supervivencia.
- La capacidad de comunicación interpersonal aumenta considerablemente, porque las redes digitales incrementan las oportunidades de realizar una comunicación rápida, sincrónica y anacrónica entre los sujetos. También aumenta la comunicación intragrupal, intergrupala, y organizacional por el mismo motivo. La comunicación masiva está a disposición del *homo media*, como otra opción con la que antes no contaba.
- La comunicación de masas no desaparece pero se ve trastocada por las nuevas lógicas productivas, distributivas y de uso en red y ante la oportunidad que tiene el *homo media* de romper con el esquema de comunicación unidireccional tradicional, propio de las instituciones mediáticas que han gobernando la comunicación social hasta el momento. Por tanto, la influencia social de las instituciones mediáticas y de las personalidades que tradicionalmente aparecen, se ve amenazada.
- El individualismo puede darse como forma predominante de sociabilidad porque internet, según hemos recogido de Castells, proporciona el soporte adecuado para la difusión de tal actitud.
- El sujeto que participa en internet se vuelve mensaje dentro de la red. Los *homo media* se caracterizan, sobre todo, por ser aquellas personas que forman parte de la red y la red forma parte de ellas, que son a la vez mensaje y medio. Participan en la producción y consumo de la información que circula por internet, son *prosumers*, intermediarios activos, especialmente a través de las redes sociales, produciendo y consumiendo mensajes que se nutren de y favorecen a la cultura hipervisual. Además, pueden asumir un rol que imita al del comunicador profesional sin serlo, y la audiencia a la que pueden llegar es impredecible.

⁹⁹ Real Academia Española, *Corpus del español del siglo XXI*, en <http://www.rae.es/recursos/banco-de-datos/corpes-xxi>, consultado el 10-10-2015; Arce, M., *Las huellas del zapatero (ensayos)*, San José, Editores Alambique, 2005.

- La circulación de la información es a través de una red distribuida, que moviliza grandes flujos de información, de rápida circulación, que son difícilmente controlables a corto plazo, pero no a medio y largo.
- La red puede constituir un macromedio que contribuye a la globalización, un micromedio que empodera a las periferias de resistencia y oposición y un mesomedio que acercan a grupos afines. El ciudadano-masa tiene más posibilidades comunicativas a su abasto de convertirse en ciudadano-público en los términos de poder opinar en un marco de libertad de discusión.
- Los procesos de mediatización cambian al cambiar el sistema de medios. Para oír, hablar y ser oídos, los *homo media* no necesitan recurrir a las instituciones mediáticas porque tienen otras vías alternativas. La comunicación social alternativa, que ha venido existiendo como una contestación a las instituciones mediáticas que ofrecen un discurso único y están controladas por el poder económico, tiene posibilidades ahora de extenderse como nunca antes había sucedido, incluso a través de las redes sociales más utilizadas.
- En la mayoría de ocasiones, el *homo media* recurre a corporaciones privadas oligopolísticas para acceder a la información de internet, producirla y consumirla. Se puede considerar que trabaja para tales corporaciones cuando produce en la red dentro de un contexto de *ciberneoliberalismo*, en el que debe invertir para luego trabajar. Sin embargo, el *homo media* también tiene a su disposición la posibilidad de usar sistemas operativos y programas *open source*, que le permite acceder a la información, producirla y consumirla sin que con ello tenga que lucrarse ninguna empresa.

Finalizamos este apartado reconociendo el potencial de la red como instrumento comunicativo alternativo a las instituciones mediáticas tradicionales —provenientes de la cultura de masas—, que rompe con la comunicación unidireccional que imperaba desde los medios de difusión hacia la sociedad, que dota de más oportunidades de decisión a los sujetos a la hora de elegir entre ser una audiencia pasiva o una activa, y que podría ayudar a paliar la influencia del discurso único que las instituciones mediáticas han tendido a difundir. Eso sí, reconocemos, como sugiere Terranova, que las intervenciones comunicativas de los sujetos en internet pueden constituir en ocasiones una forma de trabajo (producción que genera beneficios económicos a un tercero) auspiciada por el *ciberneoliberalismo*. Eso significaría que realizar determinados tipos de acciones

discursivas en la red, incluyendo las que sirvan para establecer una deliberación política, podrían considerarse trabajo. Por tanto, en determinados supuestos, para ser ciudadanía-pública participativa en la red, habría que trabajar primero para ciertas corporaciones. Profundicemos ahora en el concepto de ciudadanía-pública en la sociedad en red.

3.7. La ciudadanía-pública en la sociedad en red

Hasta el momento hemos visto que, para Habermas, en la sociedad moderna la esfera pública ha entrado en decadencia y ha dejado de ser un marco normativo válido para la legitimación de la democracia, principalmente porque los poderes políticos y económicos la han monopolizado en buena parte con la ayuda de los medios de masas. Sin embargo, las normas constitucionales continúan hablando sobre las funciones de la publicidad, y su desarrollo práctico y reconociendo que ésta es necesaria. De ahí que hayamos reformulado el concepto de esfera pública.

En el prólogo de 1990 de *Historia y crítica de la opinión pública*, Habermas, después de haber criticado a los medios de masas, les adjudica unos posibles efectos revolucionarios. Su disertación coincide con la caída del bloque soviético y cree que especialmente la televisión ha servido para movilizar a la ciudadanía de Alemania del Este. Incluso llega a decir que confía en que los medios electrónicos pueden aportar «algo nuevo». Ello le lleva a afirmar que si empezase una nueva investigación sobre los cambios estructurales de la publicidad sería menos pesimista, dando a entender que se está iniciando un cambio en el contexto mediático que puede resultar positivo para la esfera pública. Como hemos visto, en textos posteriores, como *La inclusión del otro* y *La constelación postnacional*, Habermas reconoce que internet crea nuevos espacios públicos —aunque de carácter localista, según él— y que es un medio que influye en la conformación de la realidad —siendo el autor incapaz de concretar de qué manera lo puede llegar a hacer.

En cualquier caso, aunque asevera que los nuevos medios pueden contribuir a una revitalización de la esfera pública, reconoce que a su teoría normativa le falta la conexión con la sociología de la comunicación para entender mejor las relaciones que se producen a través de los medios en la actualidad. A continuación tratamos de hacer una conexión entre ambas para discutir si en la sociedad en red existe una ciudadanía-pública distinta a

la que había en las sociedades anteriores y si, existe, cuál es su papel dentro de la sociedad civil y de la esfera pública.

3.7.1. *Deliberación política y ciudadanía*

Considero que el desarrollo de la comunicación digital permite que la mayoría de sujetos de la sociedad en red gocen del mayor poder comunicativo que ha tenido el ser humano en toda la historia de la humanidad. Esa mayoría son nuevos sujetos culturales. He propuesto que el sujeto que participa en la producción y consumo de la información que circula por internet, siendo especialmente activo a través de las redes sociales, imitando un rol que similar al del comunicador profesional y que puede llegar a una audiencia impredecible, sea llamado *homo media*. De él he destacado que, en ocasiones, participa en una nueva forma económica que he denominado *ciberneoliberalismo* y que se caracteriza, sobre todo, por que el sujeto cuando produce información en la red desarrolla una forma de trabajo, a no ser que lo haga a través de sistemas operativos y programas de código abierto gratuitos. Cabe preguntarse ahora qué ocurre con el comportamiento político de las personas que se integran en la sociedad en red, muchas de las cuales pueden ser *homo media*. ¿La sociedad en red ha traído consigo a un nuevo sujeto político?

En la sociedad en red, una parte del proceso de deliberación política, aquella que se realiza a través de la comunicación digital, está condicionada por la actividad de los usuarios de internet, intermediarios fundamentales en la comunicación social, productores y consumidores de información y actores fundamental en la constitución de las agrupaciones de ciudadanos que surgen desde la red. En este sentido, me gustaría destacar el protagonismo que pueden adquirir aquellos *homo media* que quieran ser partícipes de los procesos comunicativos que pueden contribuir a controlar y legitimar el poder en la sociedad en red. Los nuevos sujetos políticos, entre los cuales los habría que se ajustasen a las características culturales de los *homo media*, podrían participar de forma personal en la lucha contra la influencia de los medios tradicionales y de otros grupos socialmente constituidos, ayudar a cambiar el espectro de razones, temas y valores, a abrirlos innovadoramente y a filtrarlos críticamente. Con su actividad comunicativa digital, están capacitados para hacer que los portadores de la opinión ya no tengan que ser exclusivamente los portavoces de las asociaciones de carácter institucional que aparecen en los medios tradicionales. Como hemos señalado a lo largo del trabajo, ahora también cobran importancia los sujetos mismos, que actúan como potenciales medios de

comunicación, en un contexto político, económico y cultural distinto. Su contribución comunicativa dentro de las agrupaciones de las que formen parte será fundamental para la propagación social de las reivindicaciones que surgen del grupo en el que se integran.

La actividad comunicativa de los nuevos sujetos políticos puede hacer que la sociedad en conjunto, altamente normalizada y hasta el momento de masas y con una tendencia a destruir la diferenciación, se vuelva más plural y más partícipe de los procesos de deliberación política. Sin duda, la capacidad contestataria de los sujetos se ve favorecida a través de la manifestación comunicativa que les es natural y que permite la comunicación digital. A partir de ahora, a pesar de la tendencia tradicional a que dentro de una sociedad predomine un discurso único, se favorece la posibilidad de que aumente la presencia del discurso democrático alternativo y de contrapoder que facilite la construcción de significados en las mentes de las personas, significados que se contraponen a los promulgados por el poder establecido. Obviamente, cuanto mayor sea el grado de cultura cívica entre los nuevos sujetos políticos, más rica será la composición de la esfera pública en cuanto a ciudadanía-público, opiniones y propósitos y mayor será la posibilidad de que existan discursos alternativos, críticos y de contrapoder. En cualquier caso, como señala Arnau Matas, el contrapoder no tiene por qué difundirse exclusivamente por aquellos medios en internet que puedan considerarse alternativos. En las redes sociales más populares, el sujeto puede consumir y producir contrainformación, según el autor:

«De momento, se ha visto que *Twitter*, *Facebook* y muchas otras plataformas digitales permiten una labor contrainformativa sin la necesidad de ser considerados “medios alternativos” o “contrainformativos”. O más bien dicho, el activismo ha aprendido a sacar provecho de estas plataformas digitales —que en ningún caso son neutrales— para llevar a cabo su labor contrainformativa».¹⁰⁰

Por tanto, a día de hoy la ciudadanía-público dispone de nuevos mecanismos comunicativos, los digitales, que invitan a romper con la tendencia de los medios tradicionales a generar ciudadanía-masa. Es claro que las imbricaciones políticas y económicas presentes en los medios tradicionales y también en internet hacen que existan intereses que pueden forzar la continuidad de la ciudadanía-masa como agente necesario para que el poder establecido mantenga su estatus.

¹⁰⁰ Matas, A., «Els mitjans “alternatius” com a pràctica comunicativa emancipadora», en Comas, M., y Matas, A., *Tecnocrítica: la cruïlla entre tecnologia i moviments socials*, Palma, Edicions UIB, 2014, pág. 75.

En cualquier caso, al referirnos al nuevo sujeto político, reconocemos el potencial que los ciudadanos de la sociedad en red tienen para influir sobre los valores, creencias y pensamientos de otros individuos e incluso de instituciones enteras. El sujeto por sí mismo adquiere un mayor peso como actor comunicativo dentro del proceso de deliberación política porque puede desempeñar funciones publicísticas a una cierta escala que anteriormente quedaban en manos de los medios de difusión de masas o de asociaciones institucionalizadas. El nuevo sujeto político, incluso, puede asumir parte o la totalidad de las funciones que los medios de comunicación social deberían cumplir en los sistemas políticos estructurados en términos de Estado de derecho que describen Michel Gurevitch y Jay Blumler:

- «1. Ejercer vigilancia sobre el entorno sociopolítico, informando sobre desarrollos que probablemente repercutirán, positiva o negativamente, en el bienestar de los ciudadanos.
2. Tener capacidad para desarrollar una buena configuración del orden del día, identificando los asuntos claves, incluyendo las fuerzas que les han dado forma y que tienen capacidad para resolverlos.
3. Contribuir a la constitución de plataformas para una defensa inteligible e iluminadora de las cuestiones que fuere por parte de los políticos o por parte de los portavoces de otras causas y de los portavoces de grupos de interés.
4. Participar en un diálogo que reconozca todo lo ancho de un espectro variado de puntos de vista, así como entre las personas que ocupan posiciones de poder (en la actualidad o prospectivamente) y el público de a pie.
5. Promover mecanismos para hacer que quienes ocupan o han ocupado cargos públicos den cuenta de cómo ha ejercido su poder.
6. Desarrollar incentivos que empujen a los ciudadanos a aprender, a escoger, a implicarse y no a limitarse simplemente a seguir y mironear el proceso político.
7. Una resistencia de principio contra los intentos por parte de fuerzas externas de subvertir la independencia, integridad y capacidad de los informadores.
8. Un sentido de respeto por cada miembro del público, en tanto que potencialmente preocupado y capaz de buscar y dar un sentido a lo que ve en su entorno político».¹⁰¹

¹⁰¹ Gurevitch, M., y Blumler, J., citados por Habermas J., *Facticidad...*, op. cit., pág. 459.

Anteriormente describíamos tres modelos propuestos por Cobb, Ross y Ross que definen quién puede poner los temas en el orden del día y determinar la dirección de las corrientes de comunicación: *inside acces model*, *mobilization model*, *outside initiative model*. Hasta el momento, los dos primeros modelos (en los que la iniciativa siempre parte de quienes ocupan cargos políticos y se queda dentro del sistema político o se adentra en la esfera pública para buscar el apoyo de la sociedad civil, según si se trata del primer o del segundo modelo) han sido los predominantes. Sin embargo, con la acción comunicativa que puede desarrollar el nuevo sujeto político, el tercer modelo (en el que la iniciativa la tienen las fuerzas externas al sistema político, que, con la ayuda de una opinión pública movilizadora, obligan a que se traten formalmente los temas) cobra potencial fuerza ya que a los actores tradicionales se les suman nuevos actores que contribuyen a generar presión por otro cauce comunicativo. En la sociedad en red, ya no son los medios de masas y los agentes políticos y económicos que en ellos aparecen los que controlan en exclusiva la agenda de temas públicos. En la sociedad en red, la oportunidad de contribuir a la deliberación política de forma particular se incrementa sustancialmente. Además, el nuevo medio, internet, permite un intercambio de información más fluido entre los agentes sociales, una verdadera comunicación. En consecuencia, como bien apunta Honneth, los ciudadanos deben ser tratados como audiencias críticas:

«Los órganos del complejo mediático que sigan cumpliendo con su tarea democrática no sólo deben suministrarle al círculo de lectores, oyentes, o televidentes esclarecidas informaciones de contexto y trasfondo sino que, inversamente, también deben poder pensarlos como contraparte crítica y dispuesta a aprender, puesto que la relación entre los medios y los receptores fue presentada desde un comienzo —ya la palabra “comunicación” lo revela— no tanto como suministro unilateral de información, sino como un intercambio recíproco, en el que el lado receptivo les debería aportar a los productores sugerencias acerca de la clase de saber requerido».¹⁰²

Se podría decir que en la sociedad en red se distinguen dos tipos de agendas públicas: por un lado la tradicional (marcada por los poderes políticos económicos, los medios de masas y ciertas organizaciones tradicionales que forman parte de la sociedad civil tradicional); y, por otro, la agenda comunicativa del contrapoder, la que se construye a partir de las comunicaciones de ciertos segmentos de la ciudadanía-público en las que

¹⁰² Honneth, A., *op. cit.*, pág. 399.

pueden participar el *homo media*, y desde las agrupaciones de las que pueden acabar formando parte.

A todo esto, hay que tener en consideración que la ciudadanía-público puede hacer uso de la cultura popular. Precisamente, Habermas llega a reconocer que la cultura popular no es un ámbito subyugado por la cultura dominante, sino que constituye un contraproyecto a la dominación. En el nuevo prólogo de *Historia y crítica de la opinión pública*, Habermas admite que anteriormente había infravalorado el potencial crítico de la cultura popular, haciendo un diagnóstico «muy simple», según sus propias palabras, de la distinción entre el público discutidor de cultura (políticamente activo) y otro público consumidor de cultura (no políticamente activo). Es por ello que Habermas pasa a señalar una mayor permeabilidad entre la alta y la baja cultura y una nueva relación entre cultura y política. La cultura popular tienen la intención de contrarrestar lo que está constituido como oficial y aceptado como cotidiano. Por tanto, si el nuevo sujeto político se expresa haciendo uso de la cultura popular se debe reconocer también el potencial crítico y la posible influencia de tal acción comunicativa. La cuestión será ver si la ciudadanía-público se decanta por obtener la información de los medios de difusión tradicionales, bien organizados y poderosos, o por conseguirla a partir de otros canales que ofrecen un discurso alternativo que favorezca la pluralidad de la esfera pública y dé voz a las periferias sociales para que también puedan ejercer una coerción legitimadora. En este sentido estamos, sin duda, ante un escenario de oportunidades para reforzar la democracia.

3.7.2. *La deliberación política en internet*

Acabo de sugerir que los *homo media* tienen capacidad para ejercer un tipo de deliberación política a través de internet que enriquezca la discusión política social. Me gustaría justificar más mi postura al respecto, sobre todo porque Habermas interpreta que internet no se adecua a los requisitos necesarios para poder desarrollar una deliberación política. El autor teutón admite que la red sirve para generar espacios públicos, pero éstos, a su parecer, no superan lo local, son cerrados y están desconectados entre sí. Hay que tener en cuenta que tal postura la adopta cuando todavía internet no había adquirido su configuración distribuida actual, sino que era una red descentralizada. Sin embargo, con una red distribuida se establecen las conexiones comunicativas necesarias para sortear la temida fragmentación de la esfera pública a la que Habermas hacía referencia. Es decir,

internet, como cualquier otro medio de comunicación, puede servir para enriquecer la opinión pública resultante de las deliberaciones políticas que se mantienen en las esferas públicas nacionales y en la esfera pública transnacional, ambas reconocidas por Habermas, y también en otro tipo de esferas públicas que hemos sugerido que existen en la actualidad y que pueden ser de carácter más local, regional, sectorial y/o temático.

En primer lugar, en la red, se puede dar que distintas personas compartan el compromiso de discutir con la intención de resolver inquietudes y problemas de elección colectiva para que se materialice la voluntad y la opinión del público. Los sujetos que, a través de internet, mantengan tal compromiso y estén dispuestos a entrar en un proceso intersubjetivo con el fin de entenderse con otros a partir del raciocinio, la moralidad y la ética, y aceptando que los condicionantes sociales y económicos afectan a la discusión política, estarán en disposición de acceder a la deliberación.

Por otro lado, las personas en internet pueden practicar la solidaridad / eticidad como modo de anteponerse a los intereses individuales y como fuerza cohesionadora de la acción comunicativa. Quizás el riesgo es que, dentro de internet, la solidaridad en ocasiones se vea mermada como consecuencia del mayor contacto que tienen los públicos con la pluralidad de ideas que compiten con los mismos derechos. Como dice Habermas, cuando hay un gran pluralismo de ideas es más probable que la solidaridad no se transmita inmediatamente a nivel político.¹⁰³

En tercer lugar, las deliberaciones políticas que se hacen en internet tienen la posibilidad de formar parte de procedimientos comunicativos institucionalizados y no coercidos. Es decir, la deliberación puede darse en los marcos comunicativos establecidos previamente y libres de coerción. Tales marcos comunicativos institucionalizados deben respetar el orden constitucional democrático y ser considerados un escenario válido por los participantes en la comunicación. El requisito para que exista deliberación política es que los participantes sean efectivamente autónomos y libres para desarrollar posturas activas y críticas, decidiendo sobre qué cuestión quieren centrar su discurso y respetando a los otros como adversarios a los que se debe tolerar dentro de un marco de tolerancia consensuado por los valores éticos-humanos. En relación a ello, entendemos como comunicación no intervenida aquella que permite una manifestación comunicativa —que el receptor tenga la posibilidad de responder al emisor libremente— dentro de un marco

¹⁰³ Habermas, J., *Historia...*, *op. cit.*

normativo-deóntico en el que se establecen derechos y deberes para los públicos y también una autoimposición voluntaria de normas y comportamientos que evitan que el público tenga consciencia de coacción y que favorecen la concepción agonista del otro.

A la vez, internet, a partir de las múltiples esferas públicas con las que cuenta, permite interacciones entre las opiniones públicas y las opiniones desarrolladas informalmente, lo que conduce a que se produzca una formación más o menos racional de la opinión pública que se traduce en un poder generado comunicativamente y que legitima al poder político que, posteriormente, a través de la actividad legislativa, se tiene que hacer cargo de la administración. En consecuencia, a través de internet es posible contribuir a la relación entre el flujo de comunicación de la opinión pública, los resultados electorales y las resoluciones legislativas. En definitiva, es un lugar desde el cual la soberanía popular y el poder político se retroalimentan y desde el cual una sociedad civil separada del Estado puede seguir siendo la base del espacio público de deliberación.

Lo expuesto hasta aquí señala que internet es un marco comunicativo en el que se puede aplicar la teoría del discurso de Habermas y un espacio en el que es factible la contribución al desarrollo de la democracia deliberativa ya sea local, regional, nacional, mundial o dentro de un ámbito sectorial o temático. Del mismo modo que ocurre fuera de la red, es posible que haya discursos argumentados mediante el intercambio regulado de informaciones y razones de distintas partes que hacen propuestas y las someten a críticas. Sin embargo, internet presenta ciertas particularidades como medio que hacen que no pueda considerarse totalmente una esfera pública en la que la deliberación política se dé de forma plena y generalizada a través de la libre concurrencia de ideas que parten de la intersubjetividad. ¿Por qué internet no puede ser considerado una esfera pública en su conjunto? Uno de los aspectos más cuestionables es que en internet no siempre se cumple con la idea de inclusividad que requiere un procedimiento ideal de deliberación desde el punto de vista del Principio de Universalidad de Habermas. Como hemos visto anteriormente, según tal principio, toda norma, para ser válida, debe permitir que los efectos y las consecuencias que pueda producir a partir de su aplicación general puedan ser aceptadas por todos los involucrados y puedan ser preferidas a los efectos de las reglamentaciones posibles alternativas. Por tanto, una norma sólo se puede validar a partir de una discusión en la que todos los potenciales afectados sean aceptados como interlocutores competentes; si no pueden llegarse a un consenso sobre la validez de una

norma moral bastaría con un acuerdo mayoritario que siempre podría ser revisado a la luz de nuevas experiencias, evidencias o razones. En el caso de internet, no todos los que puedan verse afectados por las resoluciones que puedan adoptarse en la red tienen la misma oportunidad de acceso y participación a la deliberación porque hay brechas sociales relacionadas con la cultura, el poder adquisitivo o la edad que causan que no todos los ciudadanos estén conectados a internet por igual. Así lo dijo la ONU en 2016 y lo hemos recogido en este trabajo: hay países en donde el índice de conexión es muy pobre (como China, la India, Pakistán y Bangladesh), mientras que a la vez los 20 países más desarrollados del mundo concentran un 75% de los 3.500 millones de personas que se conectan diariamente a internet. Del mismo modo, como afirman también la ONU y Castells, y como también hemos comentado anteriormente, existe una brecha cognitiva: hay personas más capaces que otras a la hora de saber llegar hasta el conocimiento presente en internet y de utilizarlo para el fin que desee y esas capacidades suelen estar relacionadas con su desarrollo social, cultural y económico. Internet no puede concebirse como una esfera pública en su totalidad porque existen una brecha de acceso y otra cognitiva con respecto al medio.

Por otro lado, internet no puede ser una esfera pública en su totalidad porque no se pueden eliminar completamente las coerciones externas ni internas, tal y como exige el procedimiento ideal de deliberación. Si bien los participantes que viven en un sistema democrático son soberanos y pueden estar comprometidos con los presupuestos comunicativos y con las reglas procedimentales de la argumentación, en la red, como en cualquier lado, siempre se darán coerciones. Hemos visto, por ejemplo, como desde las teorías críticas de la economía política de la red, Dahlberg avisa del control de la propiedad, tanto de los contenidos como de las formas de acceder a internet por parte de un puñado de corporaciones con fines de lucro.¹⁰⁴ En general, y con la excepción de aquéllos que utilizan sistemas operativos y programas de fuentes abiertas, los internautas son piezas clave dentro del inmenso negocio de la economía digital. Por eso son concebidos por las empresas que desarrollan una actividad económica en internet como:

- a) Consumidores de información periodística, de entretenimiento y publicitaria;
- b) consumidores de bienes de consumo que pueden adquirir a través de internet;
- c) facilitadores de información personal y, en principio, privada que, por ejemplo, revelan en

¹⁰⁴ Dahlberg, L., «Expanding digital divides research: a critical political economy of social media», en *op cit.*

el momento de contratar una compañía de telecomunicaciones o comenzar a utilizar los servicios de una red social (información con la que luego se hace negocio a través del fenómeno del *Big Data*, que consiste en la compra y venta de información digital que de alguna forma acaba almacenada en la red); d) productores y consumidores de información con la que se nutren las redes digitales de las corporaciones (por ejemplo, los comentarios que intercambian en las redes sociales). En ocasiones, el sujeto que se conecta a internet realiza una inversión económica y participa en un proceso productivo de información y conocimiento que beneficia a las corporaciones que obtienen ganancias de la economía digital. Este hecho puede afectar a la deliberación política. Como afirma Dean:

«Los nuevos medios (...) se presentan como parte de un público democrático justificando que ofrecen más información, acceso y oportunidades (...) Pero, como resulta cada vez más claro, la expansión y la intensificación de las redes de comunicación favorece más a otra cosa distinta a la democracia: al capitalismo comunicativo».¹⁰⁵

Dean dice que todos los cambios que se han introducido en la sociedad en red, como la tendencia al incremento de la concentración mediática, del poder económico, de las demandas de los mercados financieros y de las seducciones de la sociedad de consumo, pueden ser interpretadas en parte como un anatema para las condiciones de un gobierno democrático.¹⁰⁶ Por ello, las corporaciones que intervienen en el entorno de los nuevos medios digitales también deberían ofrecer garantías de que su condición de empresas privadas a la búsqueda de beneficios no condicionará de manera perversa la formación de la democracia. Honneth considera fundamental que el marco constitucional se prenuencie específicamente al respecto para no poner en riesgo la legitimidad de las opiniones y de la opinión pública en su conjunto:

«Según las experiencias históricas de la última mitad del siglo XX, la independencia de los medios de difusión social sólo puede hoy ser asegurada a largo plazo si los correspondientes órganos de los medios masivos están supeditados a una constitucionalización público-jurídica, como ocurrió en los comienzos de la radio y la televisión en muchos países europeos (...) si la utilidad meramente orientada a la ganancia de los medios masivos toma la delantera, incluso cuando existe una garantía público-

¹⁰⁵ Dean, J., «Why the Net is not a Public Sphere», en *op. cit.*, pág. 102.

¹⁰⁶ *Ibíd.*

jurídica de la diversidad de opiniones, tampoco es óptima la situación del público democrático». ¹⁰⁷

Por otro lado se puede interpretar que determinadas incursiones en la red supondría labor, desde el punto de vista de Arendt, o trabajo, como apunta Terranova. Dicho de otro modo, es producción para las corporaciones empresariales. Por tanto, la participación en un proceso de deliberación política en internet puede representar una producción empresarial por parte del participante, quien, además, debe realizar una inversión económica previa para poder estar presente en el proceso. Como dice Matas, los sujetos pueden deliberar a través de redes sociales como *Facebook* y *Twitter* e incluso difundir discursos contrainformativos que erosionen el poder de los medios masivos, llegando a diluirlos. Sin embargo, Matas recuerda que las redes sociales comerciales no son espacios neutros al ser un instrumento que sobre todo tiene fines empresariales.

La neutralidad de ciertas redes sociales, como *Facebook*, tampoco es política. Las injerencias sobre ellas pueden venir desde el poder. En 2011 Estados Unidos anunció la financiación con 28 millones de dólares de grupos de activistas que tenían como objetivo desarrollar mecanismos para evitar la censura gubernamental en *Facebook*, *Twitter* y *Google* en países de Oriente Medio y África. La postura de Estados Unidos fue que mediante la ayuda económica a dichos activistas se promovían los movimientos democráticos. ¹⁰⁸ Antes ya hemos recogido las advertencias de los ciberescépticos acerca de los métodos de control con respecto a la ciudadanía, e incluso de espionaje, que se pueden desarrollar en internet desde el poder político, como los llevados a cabo desde Estados Unidos por la CIA y la NSA, según *Wikileaks*. Por otro lado, hemos incidido en la propagación de un discurso de la posverdad o, directamente de la mentira, que tiene como objetivo ganarse el favor de la ciudadanía a través de narraciones que tienen como prioridad movilizar los sentimientos de los sujetos en vez de hacerles llegar datos objetivos a partir de los cuales puedan deliberar críticamente. Para finalizar, hemos anotado cómo se puede coartar la comunicación libre a través de internet mediante la imposición de determinadas leyes que reducen los derechos relacionados con la libertad de expresión, como la *Ley para la seguridad ciudadana* aprobada en España en el año 2015. En otros países, en donde hay reconocidos regímenes dictatoriales —como Cuba,

¹⁰⁷ Honneth, A., *op. cit.*, pág. 398.

¹⁰⁸ CBSNews.com, «State Dept. helps activists thwart web censorship abroad», en <http://www.cbsnews.com/news/state-dept-helps-activists-thwart-web-censorship-abroad/>, publicado el 20-04-2011, consultado el 29-03-2017.

Corea del Norte o China— o se da un estrecho control de la información que producen los medios y los ciudadanos por parte del gobierno —como Turquía o Marruecos—, la prohibición de acceder o producir determinados contenidos se expresa por ley.

También hay que tener en cuenta que en internet existen discursos claramente antidemocráticos. Honneth hace énfasis en ello:

«Aquellas comunidades de internet desbordantes, que no tienen limitaciones de acceso que puedan ser percibidas por sus participantes, y en las cuales pueden circular las tomas de postura más desatinadas sin que haya comentario alguno; aquí la construcción de la voluntad ocurre no sólo de manera amorfa y carente de toda presión de justificación racional, sino que también ofrece lugar para todo tipo de opiniones individuales y movimientos colectivos apócrifos y antidemocráticos».¹⁰⁹

Por eso es importante que, ni en internet ni en ningún otro lado, se dé por buena para la democracia la deliberación anónima, la irracional, la amoral, la que no se acoja al Estado de derecho ni la que respete los derechos humanos.

Como hemos apuntado, ya sea dentro o fuera de internet, cualquier injerencia directa y estratégica de los poderes económicos y políticos que suponga una coerción, invalida la deliberación democrática. Tampoco son aceptables durante el procedimiento de legitimación del poder la presencia, tanto fuera como dentro de la red, de discursos antidemocráticos. En mi opinión todo ello no impide, sin embargo, que la red pueda ser considerada esfera pública en determinados momentos. La casuística que ofrece la red es enorme. Pongamos posibles ejemplos. Si el sujeto concibe internet como un lugar virtual, que no forma parte de su realidad más cotidiana y física, la virtualidad del espacio digital podría favorecer que la persona pusiera en paréntesis los intereses e identidad particulares, como dice Poster.¹¹⁰ En este sentido internet permitiría superar reivindicaciones particulares y constituir reivindicaciones universales. De este modo, la red podría ser una esfera pública habermasiana en algunas ocasiones. Pero también podría ser que los sujetos concibiesen internet como un espacio como otro de la realidad en la que viven, es decir, que no lo viesen como un lugar virtual. Es algo a lo que tienen las personas que viven conectadas a la red, a no distinguir entre lo que hay dentro de lo que hay fuera, según Castells. A ese fenómeno, el autor le llama, como hemos dicho,

¹⁰⁹Honneth, A., *op. cit.*, págs. 402 y s.

¹¹⁰Poster, M., «Cyberdemocracy, Internet and the Public Sphere», en *op. cit.*

«virtualidad real». Por tanto, en ese caso, los sujetos tenderían a poner en paréntesis sus intereses e identidad particulares de la misma manera que lo pudieran hacer cuando no están conectados a la red. Hemos concluido anteriormente que el comportamiento del *homo media* es similar dentro y fuera de la red porque no distingue entre una y otra situación. Por tanto, las abstracciones de los intereses y de las identidades particulares se producirían indistintamente tanto en internet como fuera de internet. En cualquier caso se podrían dar momentos de deliberación política desde la intersubjetividad y la abstracción discursiva y, por tanto, se podría hablar de la existencia de una esfera pública, al menos desde el punto de vista habermasiano. La red también podría ser a veces como la esfera pública que proponen Benhabib, Fraser, Sassi, Eley y Butler, es decir, como un espacio que atiende a una mayor pluralidad de puntos de vista que la exigida por Habermas y que tiene más en cuenta la particularidad de los públicos. Internet podría ser un lugar idóneo para las reivindicaciones privadas / particulares surgieran y se fueran convirtiendo poco a poco en cuestiones de interés público, a medida que fueran recibiendo apoyo de la ciudadanía.

Más ejemplos. Algunas deliberaciones desarrolladas en la red podrían no cumplir con el Principio de Universalidad de Habermas (lo que en principio anularía su validez como deliberación), pero luego quizás tales deliberaciones podrían cumplir el principio al trasladarse fuera de ella. Lo importante sería que en el conjunto del procedimiento deliberativo se tratase de dar la posibilidad de inclusión a todo aquél que quisiera participar en la deliberación, ya esté dentro o fuera del medio. De cualquier modo, la red habría servido para iniciar un proceso deliberativo o mantener una parte del mismo. En otras deliberaciones los sujetos podrían abstraerse hasta tal punto de no ser conscientes de que están en una parte de la red puramente privada y empresarial. Del mismo modo, otros sujetos tendrían la oportunidad de mantener deliberaciones fuera de los ámbitos lucrativos de la economía digital, a través de sistemas operativos y programas de código abierto.

El caso es que internet ofrece unas posibilidades comunicativas ingentes y, sin que pueda ser considerado una esfera pública en su conjunto, sí que da pie a que se pueda hablar de contribuciones deliberativas desde la red digital hacia la esfera pública. ¿Estaríamos hablando de la descentralización de la esfera pública que Habermas y otros autores llegaron a admitir y a demandar respectivamente para reconocer la existencia de diferentes públicos? No. Estaríamos hablando de algo más complejo. ¿Hasta qué punto

tiene sentido tiene hablar de una esfera pública descentralizada en internet? Como hemos concluido en este trabajo, la red tiene un carácter distribuido. Se deduce que en la sociedad en red continúa habiendo procesos de deliberación política tradicionales, centralizados y descentralizados, tanto dentro como fuera de la red. Pero también habrá procesos de deliberación distribuidos, algunos de los que se realizan a través de internet.

A lo largo del trabajo hemos sostenido que la sociedad en red representa un avance significativo en el proceso de humanización como consecuencia de la evolución de la tecnología comunicativa de internet, que ha creado un nuevo tipo de cultura a fuerza de romper todavía más las barreras espaciales y de acelerar los flujos de comunicación. El cambio que introduce internet afecta al espacio, que ya tendía a globalizarse, pero, como dice Honneth, sobre todo a los tiempos de comunicación, que se han reducido drásticamente.¹¹¹ Además, en internet los públicos tienen la posibilidad de recurrir a una gran cantidad de itinerarios para poder introducir temas, ser escuchados, hacer contribuciones y criticar el resto de ideas. Por tanto, es más factible sortear las coerciones a las que antes hacíamos referencia y desarrollar el potencial comunicativo de los participantes. De esta manera, la opinión pública puede incluso enriquecerse de propuestas que vayan a contracorriente con respecto a lo comúnmente establecido. Muchas de las comunicaciones potencialmente transgresoras y con capacidad para promover la reflexión y la alianza comenzarían, según Remedios Zafra, es un espacio que es privado pero desde el que se constituye un espacio público en línea, al que ella llama la «habitación propia». Para la autora se trata de un lugar de concentración de información, frente al flujo incesante y disperso de datos en el que el sujeto puede:

«Experimentar la creatividad, pero también para acceder al conocimiento y participar de la producción y distribución, desarrollar la subjetividad, adquirir una distancia crítica y construir su emancipación».¹¹²

A partir de ese tipo de espacios comenzaría una deliberación que se distribuiría por la red. El carácter distribuido de internet hace que se genere un circuito comunicacional que vendría representado por la siguiente fórmula combinatoria. En ella se expresa la cantidad de redes comunicativas que se pueden establecer en internet teniendo en cuenta que una red se iniciaría a partir de la comunicación de dos personas y que, a partir de esa red, cada

¹¹¹ Honneth, A., *op. cit.*

¹¹² Zafra, R., «Crear avui en la cambra pròpia connectada», en Comas, M., y Matas, A., *op. cit.*, págs. 21-32.

persona podría formar parte de tantas redes como personas estén conectadas a la red, más la suma de las redes con las que cuente cada uno de los individuos con los que se comunica.

$$\sum_{k=0}^n \binom{n}{k} = 2^n$$

Fuente: elaboración propia¹¹³

En total una persona podría participar en $2^{7,5 \cdot 10^9}$ canales de comunicación en internet si todos los habitantes del planeta —alrededor de 7.500 millones de personas en la actualidad— estuvieran conectados a la misma. Esto nos hace pensar que internet es un medio en el que podrían aparecer esferas públicas numerosas, de diferentes tamaños, diversas y distribuidas, en donde se dé deliberación política, contribuyendo así a la formación democrática de la opinión y de la voluntad.

Teniendo en cuenta lo anterior, ¿qué efectos tiene una comunicación distribuida sobre la formación de la deliberación política? Fundamentalmente que en la red, a la opinión pública de la sociedad civil tradicional, y a lo que Habermas denominaría la «opinión cuasi pública» que transmiten los medios de masas, se le suma una gran presencia de lo que el mismo autor calificaría como «opinión no pública o informal» de los sujetos. Ahora cobra importancia aquello que diga el intelectual u opinador que fiscaliza el discurso de los medios masivos tradicionales, que pierden protagonismo y se diluyen en internet, tal y como señalan Minna Aslama e Ingrid Erickson.¹¹⁴

¿Puede esa opinión informal presente en internet convertirse en una opinión pública válida? Sí, aunque hay que tener en cuenta diversas consideraciones. Como ocurre fuera de internet, la duración y extensión de las deliberaciones que ocupan al público varían de acuerdo con el motivo del que trate la discusión. La novedad es que en algunos casos, las deliberaciones se pueden promover desde un público inicialmente no organizado, indeterminado en cuanto a composición, y muy difícil de calcular en cuanto a número,

¹¹³ El desarrollo matemático de la fórmula aparece en el Anexo del presente trabajo.

¹¹⁴ Aslama, M., y Erickson, I., «Public Spheres, Networked Publics, Networked Public Spheres?: Tracking the Habermasian Public Sphere in Recent Discourse», McGannon Center Research Resources, *paper* 4, disponible en http://fordham.bepress.com/mcgannon_research/4, publicado en mayo de 2016, consultado el 29-03-2017.

según Honneth.¹¹⁵ No obstante, en ningún momento se debe admitir que, en el proceso deliberativo, a pesar de que el público en ocasiones sea indeterminado éste pueda ser anónimo ya que los públicos tienen que presentarse en el espacio público de deliberación como quienes son. Es decir, un requisito para participar en la deliberación en internet es que aquél que forme parte del público sea identificable, como debe serlo todo aquel ciudadano que vive en un Estado de derecho democrático. Aparte quedarían pues las acciones de desobediencia civil, cuyos protagonistas actúan desde el anonimato, como del caso de *Anonymous*, agrupación compuesta por miembros no identificados que se ha atribuido determinadas acciones reivindicativas que han tenido que ver con ciberataques a varias instituciones y grupos.¹¹⁶

Además, la implicación de los individuos debe ser continua y suponer algún tipo de presencialidad, entendiéndola como una voluntad de permanencia y de participación en el proceso deliberativo. Como apunta Honneth, para que los ciudadanos puedan ejercer juntos la libertad de la autoleislación democrática es necesario que hagan algo más que simplemente adoptar los roles de oradores y oyentes, de autores y lectores; es imprescindible también la disposición individual a sacar una y otra vez la vida pública del amenazante estado de decaimiento en que se encuentran todas las disputas de opinión, a adoptar, dividiendo las tareas, servicios civiles, voluntarios que trabajen para la elaboración material y la realización de actividades presenciales.¹¹⁷ Por tanto, para que de la deliberación política que surge y se va produciendo en internet se obtenga una opinión pública válida sería recomendable que se diese un encuentro físico a través del cual acaben de validarse las reivindicaciones que tengan que ser atendidas por el Estado.

3.7.3. La transformación de la sociedad civil: las agrupaciones que surgen de la red

Las personas integrantes de las asociaciones tradicionales ya no son los únicos generadores de publicidad crítica. Los sujetos por sí solos y/o agrupados también son capaces, gracias a la comunicación digital, de contribuir a que se pongan sobre el tablero distintas publicidades para que compitan entre sí y llegar hasta el resto de la ciudadanía-pública, para hacerlos participar en la discusión sobre los intereses a través de un conflicto mutuo, en pugna con los poderes políticos y económicos.

¹¹⁵ Honneth, A., *op. cit.*

¹¹⁶ El Mundo, «Ataque informático de Anonymous contra la web de la Policía Nacional», en <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/06/12/espana/1307832007.html>, publicado el 12-06-2011, consultado el 09-04-2017.

¹¹⁷ Honneth, A., *op. cit.*, pág. 390.

A mi parecer, los modos de asociación y agrupación a través de los que toma forma la sociedad civil han cambiado con el desarrollo de la comunicación digital. A continuación trataré de explicar cómo el nuevo paradigma comunicacional ha hecho que al modelo de asociación y agrupación formal característico de las sociedades civiles existente hasta el momento (asociaciones, organizaciones, partidos, sindicatos, plataformas ciudadanas), se le sume otro modelo de asociación que nace en las redes digitales y que está integrado, en muchos casos, por sujetos que son *homo media*. Las nuevas agrupaciones a las que me refiero y que en muchas ocasiones parten de movimientos sociales, están constituidas por conjuntos de ciudadanos que pueden estar más o menos igual de organizados, actuar de forma más o menos estable en el tiempo, y ser más o menos generadores y portadores de opiniones públicas críticas que las agrupaciones tradicionales. Muchas de estas agrupaciones que se forman esencialmente gracias a la comunicación digital, pueden acabar siendo organizaciones que responden a una estructura similar a la de una agrupación tradicional. En cualquier caso, considero que es un hecho que, a través de la comunicación en red, se puede llegar a movilizar a un número considerable de ciudadanos que comparten reivindicaciones comunes y que, de forma distinta a las agrupaciones tradicionales de la sociedad civil, consiguen introducirlas en procesos políticos deliberativos.

Se pueden establecer paralelismos entre las agrupaciones tradicionales y las nuevas agrupaciones presentes en la sociedad civil de la sociedad en red. Como las agrupaciones tradicionales, las nuevas formas de agrupación tienen límites abiertos y se solapan unas con otras. Cada una de ellas puede tener acceso directo a la esfera pública central y un cierto grado de compromiso con el conjunto o marco en que se encuentra. Las nuevas agrupaciones también pueden estar deslindadas del Estado, de la economía y de otros subsistemas funcionales sociales, y conectarse y retroalimentarse con y desde los ámbitos privados básicos del mundo de la vida. Además, las nuevas agrupaciones en red pueden asumir perfectamente los requisitos descritos por Habermas para contribuir a la existencia de una sociedad civil moderna y diferenciada: a) Pluralidad: pueden estar compuestas por familias, grupos informales y asociaciones voluntarias cuya diversidad y autonomía permiten una variedad de formas de vida; b) publicidad: pueden representar instituciones culturales y de comunicación; c) privacidad: pueden constituir un ámbito de autodesarrollo individual y de elección moral individual; y d) legalidad: pueden asumir las estructuras de leyes generales y derechos básicos necesarios para deslindar esa

pluralidad, privacidad y publicidad, por lo menos respecto del Estado y, tendencialmente, también respecto de la economía.¹¹⁸ Por otro lado, estas nuevas comunidades, como las asociaciones tradicionales, se pueden acoger a los derechos fundamentales que garantizan el acceso a las mismas, a la libertad de asociación, a la libertad de opinión, a la libertad de prensa, y al derecho a desarrollar una actividad publicística libre, quedando protegidas para que las opiniones vertidas desde ellas compitan unas con otras y contribuyan a una diversidad de opiniones que resulte interpretativa.

Como las agrupaciones tradicionales, las nuevas agrupaciones pueden enriquecer a los movimientos sociales que ponen sobre la mesa temas cuya relevancia afecta a la sociedad global, definir problemas y hacer contribuciones para la solución de los mismos, suministrar nuevas informaciones, interpretar de otro modo los valores, movilizar buenas razones, denuncian las malas... Pueden contribuir a crear una revulsión que cale en la mayoría y que cambie los parámetros a través de los que forma la voluntad política organizada y se ejerza presión sobre los parlamentos. También pueden tratar de mantener las esferas públicas en las que se desarrollan, de crear contra-esferas públicas, contra-instituciones, de fijar nuevas identidades colectivas, ampliar los derechos y reformar las instituciones. Pueden, como dice Honneth, favorecer a la democracia radical si parten de un mundo de la vida ya racionalizado en el que la cultura política está acostumbrada al ejercicio de las libertades, de la socialización y hay una base de una esfera de la vida privada que mantiene su integridad.¹¹⁹ Y también estarían en condiciones de hacerlo incluso si hay una ausencia de libertades, como ocurrió durante las revoluciones de Túnez y de Egipto en 2011. En el caso de Túnez, hubo tres factores desencadenantes que fueron, según Castells: el liderazgo que ejerció un grupo de licenciados en paro, diferente a cualquier liderazgo tradicional; la existencia de una cultura de ciberactivismo que llevaba diez años criticando al régimen; y una tasa alta de difusión del uso de internet (el 37% de la población urbana estaba conectada a internet en noviembre de 2010). A ellos se les unió el canal de televisión y de internet Al Jazira, que fue un aliado del contrapoder, según Castells. Estos dos ejemplos, junto a las protestas que se produjeron en Islandia en 2010 y que propiciaron un cambio de gobierno, fueron los primeros de toda una serie de movimientos organizados reivindicativos que acabaron por agrupar a miles de ciudadanos en varios países árabes (a Túnez y Egipto se les sumaron Siria, Yemen...) y en otros

¹¹⁸ Habermas, J., *Facticidad...*, *op. cit.*, pág. 448.

¹¹⁹ Honneth, A., *op. cit.*

como Estados Unidos (en donde el movimiento *Occupy Wall Street*, congregó en septiembre de 2011 a miles de ciudadanos que protestaron contra los excesos del sistema económico neoliberal) o también España (en donde el movimiento 15-M atrajo a miles de personas a la Puerta del Sol de Madrid y otras plazas públicas emblemáticas del país).

Muchas de las nuevas agrupaciones que surgen a través de internet son proclives a congregar pensamientos contrarios a los valores y normas institucionalizados en las leyes y reglamentos impuestos por el Estado. Ello, muy seguramente, tiene que ver con la comentada mayor posibilidad de sortear las coerciones del poder político y económico a través de, como apunta Castells: «el medio de comunicación más horizontal, multimodal, rápido, autónomo, interactivo, reprogramable y autoprogramable de la historia».¹²⁰ Estos movimientos se sirven de una forma de autocomunicación de masas como plataforma para la construcción de la autonomía del actor social, ya sea individual o colectiva, frente a las instituciones tradicionales de la sociedad, según el autor. Como él mismo señala, podemos decir que determinados grupos que nacen en estos contextos digitales son fuentes de contrapoder. En su propagación del contrapoder, algunas de estas agrupaciones se concentran en participar en la comunicación social con el fin de construir significados en las mentes de las personas, significados que se contraponen a los promulgados por el poder establecido. Por tanto, para Castells existirían unas connotaciones cognitivas en los movimiento sociales en red. No es así para César Rendueles, autor que mantiene una postura contrapuesta. Para Rendueles, internet es un instrumento que sólo moviliza realmente cuando ya se ha dado un encuentro físico previo. Las connotaciones cognitivas, las construcciones de significado y la adquisición de compromisos sólo se dan, según él, en los encuentros cara a cara. De hecho, Rendueles opina que las comunicaciones en la red, incluyendo las que tienen que ver con los movimientos sociales, se enfrentan a lo que llama un «bloqueo del ciberfetichismo consumista»,¹²¹ expresión que utiliza queriendo decir que internet merma las posibilidades de reivindicación pública porque es, esencialmente, un instrumento que ensalza el consumismo y el individualismo. Ése sería realmente el cambio cognitivo que ha generado la red sobre los usuarios, según él: el de hacerles más consumistas e individualistas. En definitiva, el autor entiende pero no comparte las esperanzas de los que creen que a través de las redes sociales se pueden

¹²⁰ Castells, M., *Redes...*, *op cit.*, pág. 36.

¹²¹ Rendueles, C., *op. cit.*, pág. 194.

canalizar y materializar reivindicaciones públicas. Rendueles dice que las redes digitales parecen la panacea de los movimientos sociales, pero que no lo son:

«A pesar de su pobreza, la espontaneidad formalista de las redes sociales y la conectividad digital nos parece una buena opción porque la política analógica resulta asombrosamente ineficaz frente al poder de mercado».¹²²

Personalmente creo que internet permite que haya una mayor circulación de ideas en general y que muchas de ellas pueden servir para producir cambios que influyan en el comportamiento y el pensamiento político de los sujetos. Da igual si esos cambios conductuales o cognitivos se producen durante el momento en el que participa en la comunicación digital o después. Del mismo modo que daba igual si, cuando no existía internet, el cambio en el comportamiento y pensamiento político de un sujeto se producía al leer un periódico en papel o al deliberar en grupo con otros sujetos con los que se encontraba físicamente. Todo acto comunicativo cuenta, deja un poso cognitivo. Por todo ello, sugiero que la sociedad civil de la sociedad en red es diferente a otras que hayan existido con anterioridad. La sociedad civil empezó a cambiar en el momento en el que los nuevos canales comunicativos digitales comenzaron a permitir que hubiese una mayor presencia en la esfera pública de reivindicaciones de agrupaciones de ciudadanos, agrupaciones que pueden ser tan o menos formales, democráticas y estables que las tradicionales pero que son capaces de movilizar la opinión de la ciudadanía a través de discursos que generan nuevos significados y que pueden acabar conformando un contrapoder. Por ese motivo, en mi opinión, la sociedad civil no había tenido jamás la posibilidad de generar una opinión pública tan diversa y tan rica como la de la sociedad en red.

Es por ello que propongo hablar de un nuevo tipo de sociedad civil, porque en su seno se dan nuevas estructuras comunicativas que han cambiado las reglas del juego de la lucha por el poder, posibilitando que la opinión pública se articule ahora de una manera diferente y que, entre otras cosas, llegue hasta la ciudadanía con más facilidad la influencia de un contrapoder que anteriormente estaba más delimitado comunicativamente. Quizás por ello, como dice Castells: «los gobiernos tienen miedo de

¹²² *Ibíd.*, pág. 158.

internet y las empresas mantienen una relación de amor-odio con la red e intentan obtener beneficios al tiempo que limitan su potencial de libertad». ¹²³

¿Quién ostenta el poder en toda esta amalgama de comunicación digital, de reivindicaciones y de injerencias? Como bien deduce Castells, por un lado, el poder en la sociedad en red lo desarrollan, los programadores (*programmers*) con capacidad para programar cada una de las redes principales de las que depende la vida de la gente (gobierno, parlamento, ejército y seguridad, finanzas, medios de comunicación, instituciones científicas y tecnológicas, etc.). Por otro lado, también es importante el poder de los conmutadores (*switchers*) que conectan diferentes redes (magnates de los medios de comunicación introducidos en el poder político, élites financieras que financian a las élites políticas, élites políticas que rescatan a las instituciones financieras, corporaciones mediáticas entrelazadas con corporaciones económicas, instituciones académicas financiadas por grandes empresas, etc.).

¿Y quién ostenta en contrapoder? Según el mismo autor, si el poder se ejerce mediante la programación y la conexión de redes, entonces el contrapoder, el intento deliberado de cambiar las relaciones de poder, se activa mediante la reprogramación de redes en torno a intereses y valores alternativos o mediante la interrupción de las conexiones dominantes y la conexión de redes de resistencia y cambio social. Por tanto, los actores del cambio social subvierten la práctica habitual de la comunicación ocupando el medio y creando el mensaje. Son *homo media*, como los hemos definido en este trabajo.

Como hemos concluido, es deseable que las deliberaciones políticas que se produzcan a partir de internet se trasladen en algún momento a un espacio físico en el que puedan culminarse y convertirse en opinión pública. En ese sentido, Castells también considera la necesidad de que se establezca un espacio público físico que sirva para la deliberación. Cree que es necesario porque el espacio público institucional, el que debería servir para la deliberación, está ocupado por los intereses de las élites dominantes y sus redes. En relación a ello, coincide con Rosalyn Deutsche y su crítica hacia la clausura del espacio público urbano en las sociedades modernas. Castells demanda que los movimientos sociales se labren en un nuevo espacio público que no se limite a internet sino que se haga visible en los lugares donde se desarrolle la vida social por tres razones. En primer lugar, porque estos espacios son necesarios para crear comunidad (son espacios para el

¹²³ Castells, M., *Redes...*, *op cit.*, pág. 28.

desarrollo del compañerismo como mecanismo fundamental para superar el miedo). En segundo lugar, los espacios ocupados son lugares con sentido; se les asigna un valor simbólico de resistencia. En tercer y último lugar, los espacios públicos se acaban convirtiendo por definición en un buen lugar para la deliberación política. De esta manera Castells afirma que en la sociedad en red:

«El espacio público de los movimientos sociales se construye como espacio híbrido entre las redes sociales de internet y el espacio urbano ocupado, conectando el ciberespacio y el espacio urbano en una interacción incesante y constituyendo comunidades instantáneas de prácticas transformadoras mediante la tecnología y la cultura».¹²⁴

En España se han dado varios ejemplos de movimientos sociales que han utilizado internet para organizarse y fortalecer sus reivindicaciones públicas hasta el punto de lograr cambios en los modos de organización social. Entre tales ejemplos estaría el auge de Podemos, un nuevo actor político vinculado que irrumpió en las elecciones al Parlamento Europeo de 2014 obteniendo el cuarto mejor resultado en el conjunto de partidos presentados. Castells recuerda que, después de esos comicios, Podemos contaba con 350 mil seguidores en *Twitter* y 750 mil en *Facebook*. En sólo seis meses, 300 mil personas ingresaron en el partido, superando al PSOE en número de afiliados. Se creó un espacio virtual de debate abierto y toma de decisiones (Plaza Podemos) que, en septiembre de 2014, contaba con 25.000 usuarios únicos y un millón de votos acumulados sobre varias propuestas. Su en aquel entonces portavoz, Pablo Iglesias, participó como presentador en un programa emitido en internet, *La Tuerka*, y como invitado en otros programas de las televisiones generalistas *Cuatro* y *La Sexta*. En las elecciones municipales españolas de 2015 candidatos de la formación o de formaciones afines a ella obtuvieron las alcaldías de importantes ciudades españolas como Madrid, Barcelona, Valencia, A Coruña, Oviedo, Zaragoza y Cádiz. A continuación, en las elecciones generales de diciembre de 2015 y de junio de 2016, el partido, que se presentó en coalición con Izquierda Unida en ese último caso, obtuvo 69 y 71 escaños en el Congreso, respectivamente, siendo la tercera formación más votada. Castells vincula el éxito electoral de Podemos con el movimiento social 15-M, con cuyas principales demandas el 81% de la población española manifestó estar de acuerdo, según el autor. Castells también pone como ejemplo el movimiento de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), bajo el liderazgo de Ada Colau. La PAH organizó círculos autónomos

¹²⁴ Pág. 32

por España, montó campañas, se opuso físicamente a muchos desahucios, intervino en las redes sociales y en los medios de comunicación, recogió cientos de miles de firmas para un proyecto de ley que el Parlamento se negó a considerar y, en última instancia, recurrió al Tribunal de Justicia Europeo, consiguiendo una orden judicial para detener los desahucios mientras se debatía la nueva legislación. Dada la intensidad y popularidad de la campaña, el gobierno conservador y los bancos acordaron una moratoria de los desahucios. Sin embargo, en muchos otros asuntos, especialmente en la reforma política, el movimiento chocó contra un muro de rechazo que llevó a los manifestantes a las calles y después a la policía antidisturbios para sacarlos de las calles.¹²⁵

Por todo ello creo que en el núcleo de la sociedad civil ya no sólo hallamos a las asociaciones e instituciones oficialmente formalizadas, sino también a agrupaciones de ciudadanos que, partiendo del entorno comunicativo digital, se unen de manera más o menos organizada y más o menos sostenida en el tiempo y que son capaces de tratar una controversia de forma más o menos exhaustiva en la que las propuestas, las informaciones y las razones pueden elaborarse de forma más o menos racional. Como las asociaciones tradicionales, este nuevo tipo de organización del que hablamos, y que puede partir de los movimientos sociales en red, también contribuye a dar forma a la sociedad. Sin embargo, se debe advertir que la sociedad civil sigue corriendo el riesgo de que las intervenciones constantes de los poderes políticos y económicos erosionen su estructura comunicativa, como ya ocurría en sociedades anteriores. En la sociedad en red también aparecen grupos que siguen estrategias para influir sobre la sociedad civil a través de los medios de difusión sociales, entre los cuales ahora también está internet. La estrangulación de la comunicación pública espontánea continua siendo una amenaza para la democracia, ya que puede destruir la racionalidad comunicativa y afectar especialmente a modos de vida solidarios, contribuyendo a la disgregación de grupos sociales, de asociaciones y de redes de comunicación, y a la imposición doctrinaria de identidades sociales. Como advierte Honneth, la sociedad en red no se escapa, como cualquier otra sociedad, del riesgo de ciertos comportamientos antidemocráticos que puedan provenir desde el poder establecido o desde otros lugares.

¹²⁵ Castells, M., *Redes...*, *op cit.*

3.7.4. El momento público

Si estamos ante una sociedad tan maleable como la sociedad en red, en donde se aceleran los cambios de las estructuras políticas, económicas, culturales y sociales, convendría aceptar que las estructuras del espacio social público de deliberación deberían redefinirse. Butler propone reconocer, en cualquier tipo de sociedad, varios espacios públicos (político y cívico) y comunicativos (a partir de una comunicación cara a cara y/o mediatizada).¹²⁶ Internet no es un espacio físico, pero planteo que se evite llamarlo virtual para evitar la confusión que se produce al hablar de distintos tipos de realidades físicas y virtuales. Muchos sujetos no distinguen unas y otras, como hemos reiterado en este trabajo. Internet es un espacio en todo caso digital, en donde la dimensión temporal se transforma plenamente. Internet se compone a partir de una estructura digital distribuida en donde quedan enormemente alteradas las dimensiones espaciales pero también las temporales de la comunicación, ya que las comunicaciones pueden realizarse desde cualquier lugar y momento, tanto de forma sincrónica como anacrónica. De hecho, a través del tiempo se puede medir mejor la presencia de los sujetos en la red. Así pues, internet no debe interpretarse simplemente como una estructura física, ni siquiera como un espacio virtual resultante de la suma de todos los datos digitales que se acumulan en los servidores, sino como el resultado de la suma de esa red física, virtual y del tiempo que el usuario pasa en la red, en donde produce y consume información.

Lo importante es que en la discusión sobre internet y sus posibilidades para servir como instrumento democrático emancipador, se reconozca que es necesaria la presencia sostenida o puntual del sujeto en el tiempo. Cuanto más tiempo pasen los sujetos haciendo contribuciones de calidad a la esfera pública, más rica será ésta. Es por ello que tiene más sentido hablar de diferentes «momentos públicos»: «momentos políticos» en donde los representantes de la ciudadanía intervienen, y «momentos cívicos» en donde quienes intervienen son los propios ciudadanos a través del diálogo. En cualquier caso creo que, como Butler, es fundamental entender cómo se conectan los ciudadanos a través de los distintos momentos públicos y saber diferenciar el «momento público-político» del «momento público-cívico». Por supuesto, también hay que saber diferenciar esos dos tipos de momentos de los que sean apolíticos, contrapolíticos y acívicos y contracívicos.

¹²⁶ Butler, E., «Mapping the variety of Public Spheres», en *op. cit.*

Lo que tendrán en común estos últimos es que en ellos no se desarrollará el procedimiento de deliberación.

Debido a los profundos cambios que ha comportado la sociedad en red y que se han explicado, considero que en ella es posible mantener el concepto de esfera pública pero que sería mejor concebirla de manera general como una esfera resultado de la suma de tiempo. La esfera pública de la sociedad en red, vista como una suma de momentos, puede seguir teniendo asignada la detección de problemas para introducirlos en la discusión pública y el control posterior del tratamiento de tales problemas dentro del sistema político. Puede, desde una concepción plural, estar orientada hacia el entendimiento y formarse a partir de la existencia de una sociedad civil democrática, separada del Estado, compuesta por múltiples públicos, no necesariamente localizados en comunidades específicas, y de diferentes esferas públicas entendidas como distintos espacios de confluencia de opiniones. Es importante que desde ella se haga una distinción efectiva —que requerirá una clara conceptualización— de los intereses privados y de los intereses públicos pero que en cualquier caso se entiendan como públicos los intereses que a pesar de tener un origen privado trascienden a los distintos grupos hasta llegar al público general, sin pretender continuamente la búsqueda del bien universal. Requiere de públicos identificables que accedan libremente al momento de deliberación y que tengan capacidad para decidir sobre qué quieren deliberar, siendo responsables y conscientes de que el resultado de la deliberación puede influir sobre ellos mismos y otros públicos, aportando una variedad de ideas que supongan un conflicto continuo, reconociendo al conflicto como algo inevitable, contribuyendo a generar un consenso sobre los valores éticos-humanos, dejando la articulación de la protección legal de los mismos al Estado.

Los momentos públicos políticos y cívicos son temporalmente sincrónicos o anacrónicos y se van sumando a la esfera pública general de carácter temporal y distribuida, compuesta por múltiples esferas, en donde el agente comunicativo ya no tiene por qué ser una agrupación tradicional, sino que también pueden ser nuevos tipos de agrupación ciudadana, los que han nacido con la sociedad en red. Los agentes comunicativos de la esfera pública requieren presencialidad. Sería necesario que las movilizaciones que nacen a partir de la comunicación digital tuvieran en algún momento la oportunidad de confluir en un espacio físico público en donde se materialice visualmente la presencia física de los sujetos.

Hay que tener en cuenta que, en el caso de internet, algunos de esos momentos deliberativos representan producción para las corporaciones empresariales —es decir, trabajo— y exigen de una inversión económica por parte del participante. En principio, seguirían siendo aportaciones válidas para la democracia porque pueden cumplir con todos los requisitos que en el presente trabajo se han asignado a la esfera pública y al proceso de deliberación política. De alguna manera, con la irrupción de internet, parte de la deliberación política estaría algo más condicionada por la esfera de los asuntos económicos descrita por Honneth. En realidad, no es algo nuevo. Ocurre algo parecido cuando un sujeto delibera sobre política en su lugar físico de trabajo o en un centro comercial. Estos últimos son, en la mayoría de casos, espacios privados y marcados por las relaciones económicas, en donde cada vez los públicos pasan más tiempo y en donde se pueden producir momentos para la deliberación como los aquí descritos. En cualquier caso, sugiero que, tanto las asociaciones tradicionales como las nuevas agrupaciones que aporta la sociedad en red y los nuevos sujetos políticos, pueden hacer aportaciones a la esfera pública desde internet, atendiendo a la existencia de momentos públicos deliberativos de carácter cívico a través de los cuales se puede legitimar y controlar el poder.

CONCLUSIONES: INTERNET Y EL NUEVO SUJETO POLÍTICO

Es el momento de recapitular las principales ideas ofrecidas en el trabajo y de hacer un recorrido por las principales conclusiones, que a continuación quedan sintetizadas. La comunicación nace a partir de una interacción que implica el intercambio de señales informativas entre dos o más agentes. Los participantes en el acto comunicativo tienen que poder codificar y decodificar la información que transportan las señales. En el proceso siempre se tiene que dar la posibilidad del intercambio de roles entre el emisor y el receptor y de manifestación comunicativa (respuesta). Por medio de la comunicación, los emisores tratan de satisfacer un logro, siendo la participación de los receptores necesaria para que los emisores lo consigan. La comunicación contribuye a la regulación del comportamiento de los emisores y de los receptores y es, por naturaleza, un proceso bidireccional y/o multidireccional y recíproco.

Los medios expresivos que permiten la comunicación humana empezaron a ser usados por el *homo habilis* hace unos tres millones de años, y han acompañado al ser humano durante la hominización (el proceso evolutivo relacionado con los cambios morfológicos del hombre) y la humanización (el proceso vinculado a las distintas formas de organización social de los sujetos). Las señales visuales, acústicas y/o táctiles dan paso a medios expresivos como el lenguaje oral, la escritura, la música, la pintura, la fotografía y los documentos audiovisuales, cuyos soportes van desde el libro, el periódico, el telégrafo, el teléfono, el cine, la radio, la televisión, los dispositivos electrónicos y, más recientemente, internet. Todos ellos han contribuido a la evolución de la comunicación social, mecanismo de interrelación y acción entre individuos que participan en una sociedad y que tiene como fin el entendimiento. La comunicación social puede ser interpersonal, intragrupal, intergrupala, organizacional y masiva y está ligada a los procesos cognitivos de percepción, atención, memoria, pensamiento y lenguaje, que sirven para generar un sistema de pensamientos, creencias y valores. Además, la comunicación social puede estar mediatizada o no por alguno de los soportes antes citados.

En Occidente, la comunicación social es aceptada como instrumento para la participación en las primeras deliberaciones políticas-públicas de la Antigua Grecia. Durante la baja Edad Media, el grueso de la comunicación social queda a merced de las instituciones

religiosas cristianas. A partir de la alta Edad Media, la comunicación social se empieza a expandir como consecuencia de la invención de la imprenta, la institucionalización del correo postal y la aparición de los primeros periódicos. Durante la Modernidad, surgirán los primeros medios de masas, como los periódicos diarios con finalidad comercial, y posteriormente se desarrollarán el telégrafo, el teléfono, el cine, la radio y la televisión. A partir de entonces, los medios de masas se hacen con el dominio casi exclusivo de la comunicación social y ésta queda mediatizada en prácticamente su totalidad, contribuyendo a la generación de una audiencia que ocupa una posición asimétrica con respecto a los medios y que apenas tiene margen para realizar una manifestación comunicativa recíproca.

Durante la mayor parte del siglo XX, el modelo de estudio más influyente de la comunicación social ha sido el funcionalista, que se puede considerar reduccionista porque estudia el proceso comunicativo haciendo énfasis en el proceso de transmisión de la información, dejando a un lado la relación entre información, acción y, sobre todo, interacción. Tal paradigma sirve para confirmar, en cualquier caso, que la comunicación social, e instrumentos que nutren a la misma como la persuasión ideológica y comercial, sirven como estrategias de control al servicio de una parte de los poderes políticos y económicos. Desde el periodo de entreguerras del siglo XX, en Estados Unidos y Europa, se ha acusado a determinados poderes políticos y económicos de tender a la apropiación de la comunicación social a través de los medios de masas. Cuando se ha producido tal apoderamiento se ha propagado desde los medios un discurso único que ha podido alterar los pensamientos, las creencias y los valores de la audiencia con el posible fin de satisfacer los logros de los poderes políticos y económicos. Las funciones ideales que les asignaron los teóricos funcionalistas a los medios de masas pasan por permitir que la ciudadanía sea capaz de acumular conocimiento y ejercer el control del Estado, facilitar la coordinación social y la transmisión de valores a la generación siguiente. También se les reconoce la posibilidad de promover un sentimiento común, una experiencia social unificadora, la integración del orden normativo y de los valores morales de la sociedad. Consecuentemente, los funcionalistas los ven como parte de la esfera pública, atribuyéndoles las funciones de agentes políticos, económicos y culturales. Sin embargo, como decimos, algunos sectores mediáticos han sido criticados por contribuir a la generación de ciudadanía-masa —conjunto de individuos divididos en grupos e incluso de forma individual que, como consecuencia de la comunicación social ejercida por los

medios de difusión, piensan de manera uniforme, ejercen una actitud pasiva ante lo político y pierden capacidad de decisión—, concepto que se puede contraponer al de ciudadanía-público —compuesta por individuos con estatus formal de ciudadanos que opinan en un marco real de capacidad de discusión con el objetivo de que la clase política ejecute las soluciones que éstos proponen. En este sentido, ha habido parte de los medios de masas que presumiblemente se habrían establecido como objetivo llegar a la masa y mantenerla, creando una cultura extendida y homogénea, una separación definitiva entre emisores y receptores, y una pasividad en los destinatarios, de los que se espera que constituyan un gran conjunto dividido. Un segmento de los medios habrían puesto pocos obstáculos a las fuerzas políticas y económicas, que habrían ido confluyendo en ocasiones en una cúspide desde la cual se ha pretendido la difusión hacia la ciudadanía-masa de un discurso que contenía una forma de pensamiento único. En tales casos, la relación entre el poder político y los votantes que lo habrían avalado se habría establecido normalmente a través de los medios de masas, desde los que el poder político habría podido controlar el discurso mediático como garantía de éxito electoral. Se habría generado así un vínculo entre políticos y votantes que habría dado pie en algunas circunstancias a una democracia progresiva, tal y como la llama Chomsky, que se habría conformado a través de las relaciones públicas promovidas desde el entorno político y económico y frecuentes en una sociedad mediática. En una democracia progresiva un grupo reducido de ciudadanos, que se autoproclama como una élite, toma, por el resto de la ciudadanía, las decisiones que atañen a los intereses públicos. A través de todo ello llegamos a dos primeras conclusiones. Por un lado, un grueso de la comunicación social desarrollada por los medios de masas no ha respondido tradicionalmente a la naturaleza de la comunicación humana porque no ha tenido en cuenta la posibilidad de manifestación comunicativa (de respuesta) de los sujetos. Por otro, los poderes políticos y económicos, en determinadas ocasiones, se han apropiado de los medios de masas e interferido en las funciones de participación y control de la democracia de los mismos, contribuyendo a la formación de una democracia progresiva (o mediática) en la que se promueve un discurso único que responde a los intereses privados de algunas élites sociales.

En los medios de masas, ya sean de titularidad pública o privada, un gran número de las decisiones sobre qué contenidos periodísticos y de entretenimiento se deben difundir se toman a partir de premisas de tipo económico. Por ello, la intención de los mismos suele

ser aglutinar la mayor cantidad de audiencia posible, incluso a costa de la calidad de lo producido. En consecuencia, el infoentrenimiento (un híbrido entre la información periodística y el entretenimiento, que es el resultado de un tratamiento banal de la información, centrándose en la parte más espectacular y sensacionalista de la misma) se ha erigido como sustituto del periodismo socialmente responsable y útil, desplazándolo de los medios. Los argumentos liberales dan por bueno tal fenómeno aludiendo que la competitividad empresarial obliga a los medios a responder a los deseos, necesidades y puntos de vista de la audiencia. Históricamente los medios que actúan de tal manera se han justificado diciendo son los contenidos que los lectores, los oyentes y los televidentes más demandan. También es una realidad que parte de los medios de masas se han ido constituyendo en oligopolios, formando grandes grupos de comunicación que cada vez acaparan una mayor cantidad de audiencia y de mercado publicitario. Desde el punto de vista de la salvaguarda de la democracia tales medios serían *perros traidores* que fomentan relaciones de dominación y de subordinación entre grupos sociales desiguales, que no sirven al interés público, sino al interés dominante. Habermas califica de violencia a aquella comunicación distorsionada que impide que los individuos o los grupos perciban sus propios y verdaderos intereses, sin ser conscientes de que están siendo coaccionados. La comunicación que ejercen los *perros traidores* quedaría vinculada a la definición del autor. En este caso, la audiencia puede llegar a tener convicciones, pero éstas no serían más que ilusiones que abrirían la puerta a un poder que se les puede volver en contra. Podemos relacionar esta idea de violencia al discurso único que establecen los medios de difusión social. La comunicación que pretenden los *perros traidores* no sirve para legitimar el poder político. Por tanto, otra conclusión sería que la asociación de los medios de masas y de determinados sustratos del poder político y económico (de poder en el sentido weberiano, que actúa de forma estratégica) los convierte en instrumentos representativos de violencia estructural en sentido habermasiano. En este contexto, al discurso dominante le responde un discurso alternativo desde unos medios de difusión que no priorizan el lucro, de alcance mucho menor en relación a la audiencia, pero que fomentan un tipo de comunicación horizontal y participativa. Entre tales medios los hay que son de carácter contrainformativo, que son contestatarios con respecto al poder comunicativo establecido, que han existido como alternativa a las instituciones mediáticas tradicionales, pero en número sustancialmente inferior.

Todo ello ha sido así hasta la irrupción de internet. Desde que ha tenido lugar la expansión de la red digital, los sujetos han podido contar con el canal de comunicación más completo y más polivalente jamás inventado, y el único que se ajusta a todas las posibilidades comunicativas del ser humano; muy probablemente, cualquier forma de comunicación anterior a internet que no se adapte al nuevo medio, desaparecerá. Internet se conforma a partir de una red de redes digitales de carácter distribuido altamente flexible, maleable, y con capacidad de supervivencia. En su construcción tiene mucho que ver la producción de los propios usuarios, que actúan a la vez como consumidores y productores de información, y que pueden llevar a cabo un tipo de comunicación interpersonal, intragrupal, intergrupala y masiva, sincrónica o anacrónica. La información a la que tienen acceso y producen puede ser textual, sonora, presentarse en forma imagen estática o audiovisual, dándose por separado o a la vez. Esta es una conclusión que valida la primera de las hipótesis planteadas en el trabajo.

Otra de las conclusiones es que, como decía McLuhan, si en la sociedad de la información el medio era el mensaje, en la sociedad en red hay sujetos que pasan a ser el mensaje. La sociedad de la información —aquella que había sido descrita a partir de la década de 1970, en la que el auge de los medios de comunicación social de masas y el avance de los sistemas electrónicos de información y comunicación había hecho que la difusión y el consumo de información se incrementase notablemente a nivel mundial, introduciendo nuevos fenómenos como la globalización informativa y reforzando la globalización económica— ha dado paso a la sociedad en red, en donde el grueso de la comunicación social se desarrolla a partir del uso de la microelectrónica y del software. Desde el punto de cultural, en la sociedad en red el sujeto diversifica y aumenta las formas y los contenidos comunicativos con el fin de adaptarse a los nuevos estilos de vida impuestos por la tecnología. A los medios tradicionales se les acusa de ser contenedores inertes y sin significado. Por contra, hay sujetos que pasan de estar simplemente informados a ser dialogantes y que van constituyendo una sociedad redaccional en la que surgen con fuerza formas de inteligencia colectiva y en donde se produce el fenómeno de la virtualidad real, a través de la cual lo que ocurre en la red acaba aceptándose como parte de la realidad. En el contexto de la virtualidad real, el usuario de la red, especialmente aquél que en la actualidad es conocido como *millennial* y al que propongo denominar *homo media* —para sugerir un cambio en su condición humana—, puede

informar e informarse, interactuar socialmente, llevar a cabo transacciones económicas, trabajar, y participar en la cultura y en la política. Todo ello se produce de un modo hipervisual, siendo la imagen un instrumento comunicativo especialmente usado, y las redes sociales la plataforma preferida a la hora de desplegar las relaciones comunicativas. Por tanto, sería válido decir que internet es un medio que altera el comportamiento del ser humano y que condiciona el proceso de humanización. De esta manera, daríamos por buena la segunda hipótesis establecida.

Los cambios inducidos por la sociedad en red dan pie a hablar de un nuevo tipo de cultura, la del *homo media*, que sobre todo se caracteriza por que los procesos de comunicación interpersonal, intragrupal e intergrupalaumentan considerablemente y la comunicación de pocos a muchos está a disposición de los sujetos como nunca antes había estado. En el contexto de la cultura del *homo media* los medios comunicativos que ya existían convergen en un único canal tecnológico, internet. La tecnología es uno de los mecanismos a los que el sujeto puede recurrir para conectarse o aislarse socialmente. A través de la tecnología se amplían las posibilidades, tanto para el emisor como para el receptor, a la hora de decidir en qué momento se difunde y se consume la información. Los sujetos ya no dependen tanto de los medios de masas para estar informados porque la socialización de internet ha hecho que las ciudadanía pueda participar del medio. Se rompe así con la imperante comunicación social unidireccional, propia de las instituciones mediáticas tradicionales. Por tanto, la influencia social de estas últimas se relativiza. Los *homo media* son consumidores y productores activos de información, especialmente a través de las redes sociales y pueden asumir funciones propias de los comunicadores profesionales sin llegar a serlo (pueden ejercer vigilancia sobre el entorno sociopolítico, informando de forma positiva o negativa, contribuir a la formación de una agenda informativa alternativa a la establecida por los medios de masas, hacer que se visualicen reivindicaciones que tendrían una presencia más acotada o inexistente en los medios tradicionales, participar en la difusión de conocimiento que favorezca la creación de una opinión pública crítica...). En definitiva, a través de un proceso convergente e inclusivo en sentido tecnológico, cultural y económico, el *homo media* representa un espacio de concentración de información que en la red está dispersa y sigue un flujo incesante. El sujeto, al participar en la comunicación digital, se convierte en el mensaje que transmite en internet. El sujeto forma parte de la red, siendo él mismo como una señal informativa configurada, que va cambiando a medida que va accediendo al conocimiento

de internet, adquiriendo una distancia crítica, y construyendo su emancipación. Eso le dota de un poder de mediatización que nunca había tenido y a través del cual se incrementa su potencial para crear significados, persuadir, enfocar, explicar, revelar... Los sujetos tienen más posibilidades de tornarse intelectuales y opinadores que fiscalizan el contenido de los medios masivos. También pueden acogerse a actitudes individualistas a la hora de relacionarse con el resto de la sociedad, rasgo resaltado por Castells.

Por otro lado, haciendo una crítica económica de la sociedad en red desde la teoría crítica social y la economía política, he sugerido que se hable de un nuevo fenómeno: el *ciberneoliberalismo económico*. Se puede diferenciar el *ciberneoliberalismo* del capitalismo comunicacional porque el primero, aparte de ayudar a la expansión del capitalismo neoliberal a través de las TIC, teniendo a la información como principal fuente de valor y promoviendo la producción y la acumulación de inmensas cantidades de conocimiento (como hace el capitalismo comunicacional), supone el desarrollo de trabajo gratuito en internet y de la previa inversión por parte del propio trabajador para estar presente en red, aprovechando la necesidad y el deseo por parte del sujeto de comunicarse con el resto de la sociedad. La producción de algunos usuarios en internet se puede definir como trabajo cuando, a través de la misma, están contribuyendo a que haya empresas privadas que se lucren gracias a esa producción. En los términos descritos, trabajo sería la inserción de comentarios, fotografías y/o documentos audiovisuales en plataformas digitales pertenecientes a empresas privadas. Además tendría lugar una paradoja: para producir, el trabajador debería en una primera instancia invertir económicamente, adquiriendo un dispositivo para poder conectarse a la red y/o contratando una compañía de telecomunicaciones, y también facilitar comúnmente información de carácter privado. En definitiva, el *ciberneoliberalismo* es un nuevo modo de economía basado en el capitalismo neoliberal, que reconoce la información como principal mercancía, y causa la producción y la acumulación de inmensas cantidades de conocimiento, producida a través del trabajo de los usuarios de internet. De esta manera se materializa la concentración de un gran poder comunicacional en un grupo reducido de grandes empresas de las que dependen las vías de acceso a la red, así como las formas de producción y de consumo de información. En contraposición, los usuarios de internet también pueden recurrir al modelo *open source* —de código abierto— que posibilita la participación en el acceso, la producción y el consumo de información en internet a través de sistemas operativos y

distintos programas que son concebidos como un bien común y, por tanto, ofrecidos de forma gratuita y para libre disposición de los sujetos.

De momento he concluido que buena parte de la comunicación desarrollada a través de los medios de masas no ha respondido tradicionalmente a la naturaleza de la comunicación humana, que a los medios de masas se les ha acusado de poner trabas a la participación de la ciudadanía en el control de la democracia —permitiendo que los poderes políticos y económicos pudieran hacer uso, a través de ellos, de violencia estructural en sentido habermasiano—, que la red digital es el canal de comunicación más completo y polivalente que ha existido y el único que se ajusta a todas las posibilidades comunicativas del ser humano, que en la sociedad en red hay sujetos que pasan a ser el mensaje y que en ella se da una nueva forma de cultura, la del *homo media*, y un nuevo tipo de forma económica, el *ciberneoliberalismo*.

En este trabajo he tratado de analizar la relación entre la comunicación social, internet y la política en el contexto de la actual revolución comunicacional digital. La intención ha sido describir, respaldándome en la teoría, el posible uso con fines democráticos de internet como un nuevo instrumento comunicativo con unas características peculiares, distintas a cualquier otro medio usado antes por la humanidad. Mi primer objetivo ha consistido en sugerir un modelo para que la sociedad civil pueda participar, a través de la comunicación, en el control y la legitimación del poder. Dicho de otro modo, he propuesto un mecanismo comunicativo para que los ciudadanos sean los que seleccionen qué cuestiones deben tratarse públicamente, se las hagan llegar al poder y éste se encargue de ejecutar las reivindicaciones que surjan de ellas. Lo he hecho porque si no proponía un referente sobre cómo participar en la construcción y el control de la democracia, hubiera sido imposible decir si internet sirve o no para tal efecto y la discusión habría caído constantemente en saco roto.

Para hacer la propuesta me he acogido a la teoría de la esfera pública porque esta teoría reconoce el poder que se genera a través de la palabra, de la participación, del diálogo y de la deliberación pública. Habermas ha liderado la discusión académica sobre la esfera pública desde la década de 1960. La concepción del autor es que la esfera pública actúa como una caja de resonancia ubicada entre el Estado y la sociedad civil, hacia la que la segunda hace llegar, a través de una comunicación intersubjetiva y libre de coerciones, las reivindicaciones que el poder político debe tener en cuenta y ejecutar. En la esfera pública

se acabaría de conformar una opinión pública crítica, que controlase y legitimase el poder. El papel de la sociedad civil sería fundamental, ya que desde ella nacería y se sostendría la democracia. Los medios de comunicación social serían fundamentales durante todo el proceso. Habermas dice de ellos que son unos actores fundamentales dentro de la sociedad civil para garantizar el desarrollo legítimo del poder a través de la comunicación.

El modelo de esfera pública de Habermas entra en decadencia a partir del avance de la sociedad industrial capitalista. Así lo reconoce su propio autor: su propuesta se desvirtúa y deja de ser eficaz con el paso del tiempo debido, especialmente, a las injerencias que acucian a la esfera pública desde el campo de los intereses privados. Tal diagnóstico lo realizó en la década de 1960. Por eso, posteriormente, sumó la teoría del discurso, de la racionalidad y de la moralidad a sus reflexiones sobre la esfera pública y, a partir de ahí, desarrolló nuevas ideas sobre lo que debe ser la democracia deliberativa, especialmente en la década de 1990. A partir de entonces, Habermas sitúa en el centro de la democracia a la opinión y a la voluntad políticas, teniendo en cuenta el orden constitucional. Para él, la democracia deliberativa debe sostenerse a partir de una política deliberativa que acepte la formación de la voluntad política a partir de opiniones públicas formales y de opiniones públicas desarrolladas informalmente a través de una comunicación intersubjetiva. Además, aprecia la descentración de la sociedad. Cree que es bueno que las esferas públicas compongan una red descentrada desde la que parta la soberanía popular y el sistema político se retroalimente. El objetivo es que se dé un flujo de comunicación entre opinión pública, los resultados electorales y las resoluciones legislativas que garantice que la influencia generada en el espacio de la opinión pública y del poder generado comunicativamente se transformen a través de la actividad legislativa en poder utilizable administrativamente. La sociedad civil seguiría siendo la base social de las esferas públicas, distinguiéndose tanto del sistema económico como de la administración pública. El papel de la solidaridad, como fuerza sociointegradora sería fundamental. Del mismo modo, también sería imprescindible que el derecho regulase los mecanismos de integración: tanto la solidaridad, como el dinero y el poder administrativo. Habermas afina todavía más y reclama un procedimiento ideal de deliberación a través del cual sea posible legitimar el poder político. El procedimiento demanda que las deliberaciones sea efectuadas de forma argumentativa, mediante el intercambio regulado de informaciones y

razones entre partes que hacen propuestas y las someten a críticas. Además, el procedimiento debe atender a la inclusión de todos los que puedan verse afectados por las resoluciones, quienes han de tener las mismas oportunidades de acceso y participación en el mismo. El procedimiento tiene que estar exento de coerciones externas, estando sólo limitados por los presupuestos comunicativos y las reglas procedimentales de la argumentación. Tampoco pueden darse coerciones internas que socaven la igual posición de los participantes: todos deben poder tener las mismas oportunidades de ser escuchados, de introducir temas, de hacer contribuciones, de hacer propuestas y de criticarlas.

Partiendo de la concepción de la esfera pública de Habermas, de su propuesta de democracia deliberativa, y de las aportaciones de otros autores como Fraser, Sassi, Behabib, Eley, Butler, Honneth, Baynes, Deutsche, Terranova, Mouffe, Seligman, Roberts, Dahlberg y Erman, he llegado a la conclusión de que se pueden dar las condiciones comunicativas para que las sociedades democráticas cuenten con una esfera pública desde la que se legitime y controle al poder. Entiendo que la esfera pública debe ser un espacio de confluencia de opiniones. Tiene que servir para detectar problemas comunes e introducirlos en un debate público eficaz con el objetivo de legitimar y controlar el poder político mediante la exposición y la discusión del conflicto a través de distintas vías de comunicación. Ha de estar ubicada entre el Estado y la sociedad civil y en ella tienen que concurrir las reivindicaciones que parten desde la sociedad civil, siendo los integrantes de la última capaces de dejar a un lado sus intereses individuales para proceder a discusiones sobre el bien común. Desde la esfera pública debe darse un control ulterior del tratamiento de la reivindicación y/o el problema dentro del sistema político. Tiene que servirse de una comunicación suficientemente comprensible y libre de coerción, que contribuya al intercambio discursivo dentro de un contexto de racionalidad, moralidad y eticidad, que sea garantizado por el derecho. En la esfera pública debe participar una sociedad civil libre y democrática, separada del Estado, que politice y fiscalice la agenda pública y que se sirva de una cultura cívica sólida. Además, ha de aceptar la inclusión de múltiples públicos, que no necesariamente deben estar localizados en comunidades específicas, así como la existencia de diferentes esferas públicas entendidas como distintos espacios de confluencia de opiniones, que deben estar eficazmente conectados. Del mismo modo, el modelo de esfera pública que sugiero reconocería la particularidad de los públicos, de sus intereses y de sus eticidades, distinguiendo la particularidad de la individualidad. En ella se aceptaría que determinados

intereses íntimos / particulares —que no individuales— son constituyentes de conflictos con los que adquiere sentido la propia esfera pública y, por ende, la democracia. También admitiría, dada la imparcialidad del lenguaje, que las fronteras entre las esferas pública y privada son porosas y que tienen que renegociarse continuamente. La esfera pública debe tener capacidad para detectar desde dónde parten las coerciones comunicativas y cómo se producen para que el derecho garantice la clara separación entre el Estado y la sociedad civil. Por último, el modelo propuesto reconoce la existencia y la influencia de las esferas de las relaciones sociales y de la economía y de su inevitable penetración en la esfera pública política.

Una vez sugeridas las premisas que debería cumplir la esfera pública hay que plantearse, como hace Habermas, si las circunstancias comunicativas sociales del contexto permiten que sea efectiva ¿Se puede aplicar el modelo propuesto? En principio podríamos ser escépticos, teniendo en cuenta que, según Habermas, la esfera pública se ha desvirtuado continuamente durante la sociedad moderna. Durante buena parte de sus reflexiones, el autor se dedica a pensar cómo los mecanismos comunicativos que deben generar poder político pueden sortear las características de la sociedad capitalista, como la excesiva influencia del dinero y del poder administrativo sobre la esfera pública. Según Habermas, no son buenos para la democracia la tendencia a la formación de monopolios económicos, la regulación de los conflictos sociales por parte del Estado, ni la fragmentación del público en un escenario de competición de intereses. Uno de los mayores problemas, dice el autor, han sido aquellos medios de masas que, por haber convertido su actividad informativa en un recurso al servicio de los intereses privados, han contribuido en algunas circunstancias a la eliminación de contextos de mediación para el discurso racional. ¿Es cierto el diagnóstico que hace Habermas con respecto a los medios de masas? He concluido que sí, que ha habido y hay medios de masas que han hecho un flaco favor a la democracia, sobre todo desde que éstos se conciben por parte del poder político y económico como un mecanismo para controlar a la sociedad civil a través de la generación de una ciudadanía-masa, pasiva desde el punto de vista político, carente de una actitud crítica, disgregada, pero muy activa desde el punto de vista de la producción y consumo de bienes y servicios. Tales medios han contribuido a la desvirtuación de la esfera pública a través de la formación de una mediatización de contenidos que ha afectado de manera negativa a la calidad de la opinión pública. Durante estas últimas

décadas de expansión de la corriente económica neoliberal la influencia del discurso mediático único y uniformador se ha acrecentado debido a que se ha favorecido a la agrupación de los medios más importantes en corporaciones oligopolísticas que han llegado a controlar grandes cantidades de audiencia y del mercado publicitario. Concluyo también que la calidad de algunos de los contenidos periodísticos de los medios de masas en la actualidad es tan discutible desde el punto de vista cualitativo que en nuestro país se incumple el artículo 20.1. de la CE, que dice que los ciudadanos tienen derecho a expresar y recibir información veraz. Por tanto, parte de los medios de masas han estado ocasionando que la política deliberativa se haya desarrollado en ocasiones de forma inversa: a veces el poder político ha ido tomando decisiones que no estaban legitimadas desde la opinión pública, sino que estaban inducidas estratégicamente a través de los medios de masas desde grupos concretos que representan intereses en su mayoría privados; posteriormente, los componentes del poder político han tratado de convencer a la sociedad civil para que avale las decisiones tomadas previamente por los primeros. ¿Para qué sirve eso? La respuesta es fácil: para mantener el estatus de poder político de ciertas personas que fueron elegidas por la ciudadanía para que fueran sus legítimos representantes y ejecutores de las decisiones que son necesarias tomar para que el Estado funcione.

Sin embargo, hoy tenemos internet. La gran pregunta que me he ido planteando durante el desarrollo del trabajo han sido: ¿Cómo afecta la comunicación digital de la sociedad en red a la esfera pública? La respuesta es que internet ha cambiado en parte el contexto político. En algunos casos lo ha hecho para mejorar las posibilidades de participación de los ciudadanos en la democracia, contribuyendo incluso a la aparición de un nuevo tipo de sujeto político. ¿Por qué? Porque internet ha hecho que haya sujetos que puedan estar más emancipados democráticamente, que tengan más oportunidades de participar en la deliberación política. Internet posibilita la comunicación entre personas que compartan el compromiso de mantener discusiones racionales, morales y éticas a través de las cuales se resuelvan inquietudes y problemas comunes para que se materialice la voluntad y la opinión del público. A través de la red, los sujetos pueden desarrollar actitudes solidarias como modo de anteponerse a intereses individuales. Existe también la posibilidad de que los procedimientos comunicativos estén institucionalizados y no sean coercidos. Internet es un medio que favorece la interacción de la opinión pública formal y la informal, que induce en ocasiones a la formación más o menos racional de la opinión

pública que sirve para legitimar el poder político. Por tanto, se puede decir que internet es, en parte, esfera pública, y que el uso del medio puede constituir una nueva forma de hacer política. A partir de las ideas de Theranian, he concluido que la red representa un macromedio que contribuye a la globalización comunicativa, un micromedio que empodera a las periferias de resistencia y oposición, y un mesomedio que acerca a grupos afines. Para oír, hablar y ser oídos, los nuevos sujetos políticos tienen vías alternativas a los medios tradicionales. Los nuevos sujetos políticos tendrán más fácil respaldarse del *outside initiative model* de Cobb, Ross y Ross para aportar la presión necesaria para que se introduzcan determinados temas en la agenda pública, a fin de que sean sometidos a consideración por el poder político. Las intervenciones las harían a partir de momentos públicos, espacios de tiempo en los que encontrarían la oportunidad para expresarse discursivamente para participar de las deliberaciones políticas. Internet es un lugar idóneo para que las reivindicaciones de carácter más particular surjan y se vayan convirtiendo, a medida que obtiene el apoyo de la opinión pública, en cuestiones de interés público. Además, a través de la comunicación digital, los discursos que constituyen contrainformación o contrapoder pueden difundirse sin la necesidad de medios alternativos, sino a través de plataformas digitales de uso generalizado. Muchos de los nuevos sujetos políticos serían *homo media*, que estarían caracterizados por los rasgos culturales anteriormente descritos. Por tanto, se cumple la tercera y última hipótesis prevista en el trabajo: internet ha traído consigo a un nuevo tipo de sujeto político.

A pesar de lo dicho hasta el momento, internet no se puede considerar esfera pública en su totalidad porque hay barreras de accesibilidad y cognitivas que impiden que todas las personas puedan participar con las mismas oportunidades de la deliberación política digital. La implantación de internet no es total en todos los territorios ni su uso está extendido a todos los grupos sociales por igual (lo que representa una barrera de accesibilidad en ambos casos). Además, no todos los usuarios de internet están capacitados para buscar la información necesaria y transformarla en conocimiento específico (esto es la referida barrera cognitiva). Ello iría en contra del Principio de Universalidad de Habermas, que dice que, para que un procedimiento deliberativo sea legítimo, tiene que poderse dar la participación en el mismo de todos los afectados por el posible resultado de la deliberación. Al menos tienen que tener la oportunidad de participar en el proceso, si lo desean. En la red tampoco se pueden eliminar

completamente las coerciones externas ni internas, tal y como exige el procedimiento ideal de deliberación, sobre todo en lo que respecta a la presencia de empresas privadas en el medio digital. Una hipotética solución a esto último sería la planteada por Honneth: que el marco constitucional se pronuncie específicamente al respecto para no poner en riesgo la legitimidad de las opiniones y de la opinión pública en su conjunto. Tal vez una regulación de internet desde el derecho, más clara y detallada, que tenga como fin proteger los mecanismos comunicativos que sirvan para legitimar el poder político atendiendo a lo exigido en este trabajo, también serviría para que cesen algunas acciones intromisivas (algunas directamente asociadas al espionaje) de determinados gobiernos y empresas privadas que utilizan información que los usuarios producen en internet para actuar de forma cuestionable desde el punto de vista racional, moral y ético, tanto política como económicamente.

Admitir que algunas partes de las estructuras de la deliberación política están cambiando como consecuencia de la comunicación digital, supone reconocer que la estructura comunicativa de la sociedad civil también se está transformando. En ella ya no sólo nos encontramos con organizaciones y asociaciones tradicionales, de estructura democrática, sino otro tipo de agrupaciones de carácter más informal que, a través de la comunicación, son capaces de reunir a ciudadanos durante un tiempo más breve pero bajo una demanda común. Muchas de estas agrupaciones surgen a partir de movimientos sociales desarrollados en la red digital y algunas llegan a cumplir con las exigencias de las agrupaciones tradicionales (son plurales, institucionalizan su organización, y pueden disfrutar del derecho a la libertad de expresión). Las agrupaciones que asumiesen el procedimiento de deliberación política de Habermas con el fin de regular democráticamente las condiciones de su convivencia serían reconocidas como comunidades por Habermas. Pasarían a formar parte del núcleo de la esfera pública por constituirse como una trama asociativa no-estatal y no-económica, de base voluntaria, que actuarían como los *discursive designers* que define Dryzek, que sustentarían sus formas de organización en una comunicación continua y duradera, y que participarían en la institucionalización del procedimiento para la formación de la democracia. Del mismo modo, dados los procesos comunicativos actuales, un sujeto por sí solo sería capaz ahora de situar en la arena de la discusión pública algún tema que generase interés y agrupase a otros ciudadanos. La comunicación digital está transformando la esfera pública sobre todo en aquellos contextos en los que está más protegida y menos expuesta a los efectos de la

represión y de la exclusión provenientes de la desigual distribución del poder social, al poder estructural y a la comunicación sistemáticamente distorsionada. Al abrirse la comunicación desde la sociedad civil, los nuevos problemas pueden percibirse de forma más sensible, los discursos de autoentendimiento pueden efectuarse de forma más extensa y expresiva, y las identidades colectivas e interpretaciones de las necesidades pueden articularse de forma más espontánea que anteriormente. La sociedad civil tiene más posibilidades, gracias a la comunicación digital, de contribuir a la esfera pública con una opinión pública más diversa y rica. Se puede concluir que la sociedad civil está más cerca que nunca de la esfera pública. Si bien esto puede hacer que la democracia deliberativa se favorezca por una comunicación más espontánea, es imposible evitar totalmente la intervención sobre la sociedad civil del Estado, de las regulaciones del mercado y de los medios de comunicación ya que la esfera o esferas públicas son porosas en sus límites. La influencia del poder del dinero y de la administración siempre estarán ahí. Como sugiere Castells, las partes de la esfera pública que se van dando en la red digital quedarán sujetas a la existencia de programadores (entidades con capacidad para programar cualquier tipo de red digital de la que depende la vida de la gente) y conmutadores (entidades con capacidad para conectar diferentes redes). A veces los programadores y conmutadores serán corporaciones y/o gobiernos que harán prevalecer intereses privados, o agrupaciones que funcionen en torno a intereses y valores alterantivos, de resistencia y de cambio social.

El caso es que internet ha hecho que una parte de los procesos de deliberación política cambien y pasen a ser distribuidos, adquiera otra estructura y tengan un mayor alcance, realizándose más rápido y pudiendo sortear mejor la coerción. No siempre ha sido así. Durante la década de 1990 la estructura de internet fue descentrada. En ese momento, Habermas decía que internet, a pesar de crear nuevos espacios para el debate público y contribuir así a revitalizar la esfera pública, tenía un carácter demasiado localista y no acababa de formar parte de un sistema de flujos comunicativos global. Sin embargo, en la actualidad la red ya no funciona a partir de una estructura descentralizada, sino distribuida, conformada a partir de un elevadísimo número de redes y sus correspondientes nodos (que son los propios sujetos), lo que facilita comunicativamente a su idea de esfera pública, incluso a nivel global, esa que dice que algún día se podría llegar a conformar. La estructura distribuida de la red también incentiva el desarrollo de

una política interior mundial que se encargue de exigir la resolución de conflictos e injusticias a través de mecanismos estatocéntricos (construidos dentro de los propios estados) que tengan una repercusión transnacional. Para que ello fuera así, deberían existir los mecanismos de derecho internacional necesarios, quizás reunidos en una constitución mundial, algo que él también baraja que suceda. En relación a ello, concluyo que las suposiciones de Habermas con respecto a una esfera pública mundial y un orden constitucional planetario, cuyo surgimiento estaría incentivado por la creación de una identidad ciudadana global, cada vez están más cerca de hacerse realidad.

Si bien internet puede servir para incentivar el surgimiento de un nuevo sujeto político, y la revitalización, a partir de la deliberación política, de las esferas públicas locales, regionales, nacionales, globales, temáticas y sectoriales, no se puede obviar que es, en parte, un medio heredero de la sociedad de masas, en donde se reproduce en ocasiones una poliarquía, resultado del control de la información desde determinados poderes. Aunque sea cierto que, en determinadas situaciones comunicativas, los *homo media* puedan contribuir a la constitución de momentos públicos en lo que se delibere políticamente y se cree voluntad tanto formal como informal, también hay que reconocer que, por un lado, los poderes políticos tienen sus mecanismos para seguir recurriendo a la persuasión ideológica y comercial y que, por otro, el contexto cultural del *homo media* puede favorecer el desarrollo de un individualismo que genere resistencia a la participación en procesos intersubjetivos que pretendan el bien común.

Como he señalado, internet no es un espacio de titularidad pública sino de titularidad privada y regulado desde el Estado, amparado en gran parte por la economía neoliberal, en donde predomina el discurso capitalista, en el que los usuarios producen en ocasiones información que es mercantilizada por las grandes corporaciones, incluso cuando con la información forma parte de los procesos de deliberación democrática. Algunas producciones que un sujeto realiza a través de la actual red se puede considerar trabajo, por eso algunas deliberaciones políticas a través de internet serían trabajo. Como ya ocurrió anteriormente con la producción de los medios de comunicación social tradicionales, parte de la información presente en internet se ha mercantilizado y esa parte incluye la que afecta en ocasiones a la deliberación política. En cualquier caso se puede interpretar que en internet se puede dar una gran esfera de control privado / empresarial que no asegura totalmente una emancipación de los individuos respecto de la dominación.

Corremos el peligro de que la subordinación del Estado a los ciudadanos se transforme en una subordinación del Estado a las corporaciones que controlan económicamente la red.

Un instrumento comunicativo revolucionario no puede estar de forma desproporcionada en manos de unas pocas corporaciones privadas cuyas aspiraciones sean desconocidas y puedan resultar ajenas a la voluntad democrática de la ciudadanía. Existe el riesgo de que a través de internet se propaguen nuevas formas de control dictatorial en lo político y en lo económico. Ello va en contra de lo propuesto por Habermas: garantizar la institucionalización de los procedimientos legales que aseguren un cumplimiento de los presupuestos comunicativos —incluyendo el derecho a utilizar los medios de comunicación de forma libre, sin coacción— para que existan negociaciones equitativas en la esfera pública.

Como hemos visto, internet es el principal canal comunicativo que da forma y sentido a la sociedad en red. Si internet es un medio válido para deliberar y construir la democracia y se supone que el fomento de la democracia interesa realmente a los gestores del Estado, debería garantizarse desde el derecho que fuera un lugar de libre concurrencia y accesible para todo el mundo en igualdad de condiciones. Se supone que apoyar las cosas que son públicas promueve la supervivencia y expansión de la cultura democrática, pero seguramente demandar la declaración de servicio público de internet no solucionaría el problema. Los medios públicos, como estamos viendo, se enfrentan a continuas acusaciones de manipulación de sus contenidos por los gobiernos de turno. Acaban siendo, en muchas ocasiones, medios oficialistas. De momento parece que, al menos en el marco parlamentario de la Unión Europea —una institución pública— no se piensa en legislar internet para que se pueda utilizar en igualdad de condiciones por todos los ciudadanos. El 27 de octubre de 2015, el Parlamento Europeo aprobó, a propuesta de la Comisión y el Consejo de la UE, el acuerdo sobre el Mercado Único de las Telecomunicaciones que permite que las teleoperadoras discriminen entre las conexiones de unos usuarios y de otros, autorizándolas a adoptar medidas de gestión del tráfico, de bloqueo o de estrangulamiento ante una congestión.¹ A través de él, se abrió la puerta a la

¹ Parlamento Europeo, *Resolución legislativa del Parlamento Europeo, de 27 de octubre de 2015, respecto de la Posición del Consejo en primera lectura con vistas a la adopción del Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establecen medidas en relación con el acceso a una internet abierta y se modifica la Directiva 2002/22/CE relativa al servicio universal y los derechos de los usuarios en relación con las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas y el Reglamento (UE) n.º 531/2012*

posibilidad de la *zero rating*, que permite que los usuarios accedan gratuitamente a determinadas aplicaciones —como *Facebook* o *Youtube*— a pesar de haber agotado su tarifa de datos. Por tanto, la Unión Europea ha dejado en manos de las compañías de telecomunicaciones una serie de medidas de discriminación comunicativa que puede afectar a determinados ciudadanos y beneficiar a grandes corporaciones con las que las primeras adquieran acuerdos comerciales.² En Estados Unidos en 2015, por contra, la Comisión Federal de Comunicaciones declaró el acceso a internet como un servicio público, similar al agua o a la electricidad y prohibió la discriminación comunicativa por parte de las teleoperadoras, que en Europa, a día de hoy, es posible.³

Idealmente, la esfera pública nunca debería haber involucionado, como lo ha hecho, a partir de un uso instrumental e interesado de las estructuras comunicativas por parte de algunos estratos de los poderes políticos y económicos, que han actuado en connivencia con algunos medios de masas. No se debería haber llegado al punto de que sean las élites las que le digan a la sociedad civil cómo legitimarles, sino que debería ser la propuesta de Habermas la que se aplicase: la sociedad civil debería poder legitimar y controlar a los representantes de los ciudadanos que gestionan el Estado a través de una esfera pública eficaz. La esfera pública no debería quedar desvirtuada por la actitud irracional, amoral y carente de ética de los representantes políticos a los que se les encomienda la gestión del Estado y que anteponen sus intereses particulares. Para que ello no sea así, habría que incrementar de forma impetuosa las culturas cívica y política, dar a conocer los modelos de legitimación del poder y de control de la democracia, y ser más persistentes en la demanda de su cumplimiento.

¿Se asegura con todo lo aquí dicho que no se siga recurriendo a las injerencias y que no se siga produciendo un menoscabo de la esfera pública? No. La estrangulación de la comunicación pública espontánea y la difusión de ideas antidemocráticas siguen siendo una amenaza para la democracia, para la racionalidad comunicativa, para la solidaridad, para la cohesión de la sociedad y para la formación libre de la identidad. Si bien hemos

relativo a la itinerancia en las redes públicas de comunicaciones móviles en la Unión (10788/2/2015–C8-0294/2015–2013/0309(COD)), en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2015-0367+0+DOC+PDF+V0//ES>, consultado el 17-03-2017.

² Sarabia, D., «La Neutralidad de la Red pierde en Europa y las telecos vuelven a ganar», en *Eldiario.es*, en http://www.eldiario.es/cultura/tecnologia/Neutralidad-Red-pierde-telecos-vuelven_0_553645043.html, publicado el 30-08-2016, consultado el 01-04-2017.

³ El Mundo, «EE. UU. ratifica que Internet es un servicio público y aprueba el principio de “neutralidad en la red”», en <http://www.elmundo.es/tecnologia/2016/06/15/5761478b22601db22e8b45a8.html>, publicado el 15-06-2016, recuperado el 01-04-2017.

visto que la opinión pública crítica se pueden formar teniendo en cuenta el modelo de esfera pública propuesto, también es cierto que deberá sortear una gran serie de contratiempos y luchar contra las múltiples amenazas descritas. Eso sí, en su búsqueda de la legitimación y el control del poder, el nuevo sujeto político podrá tener como aliado parte del actual medio por excelencia: internet.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO, *Constitución española de 27 de diciembre de 1978*, Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 311, de 29 de diciembre de 1978, págs. 29.313-29.424.
- AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO, *Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana*, Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 77, de 31 de marzo de 2015, págs. 27.216-27.243.
- AL-KATHIB, H., «New Visual Evidence about Chlorine Gas Attacks in Eastern Ghouta», en *Bellingcat.com*, en <https://www.bellingcat.com/news/mena/2017/02/14/new-visual-evidence-chlorine-gas-attacks-eastern-ghouta/>, publicado el 14-02-2017, consultado el 22-02-2017.
- ALADRO VICO, E., «Clases de comunicación», en Herrero J. C. (ed.), *Manual de teoría de la información y de la comunicación*, Madrid, Universitas, 2009, págs. 27-34.
- ANDRES BONVÍN, M., *Medios de comunicación*, Barcelona, Octaedro, 2006.
- ARCE, M., *Las huellas del zapatero (ensayos)*, San José, Editores Alambique, 2005.
- ARENDT, H., *La condición humana*, Barcelona, Paidós, 2005.
- ASLAMA, M., y ERICKSON, I., «Public Spheres, Networked Publics, Networked Public Spheres?: Tracking the Habermasian Public Sphere in Recent Discourse», McGannon Center Research Resources, *paper 4*, disponible en http://fordham.bepress.com/mcgannon_research/4, publicado en mayo de 2016, consultado el 29-03-2017.
- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID, «La Asociación de la Prensa de Madrid rechaza la Ley de Seguridad Ciudadana», en www.apmadrid.es/comunicado/la-asociacion-

de-la-prensa-de-madrid-rechaza-la-ley-de-seguridad-ciudadana/, publicado el 26-03-2015, consultado el 25-07-2015.

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, *Resumen general de resultados EGM de octubre de 2015 a mayo de 2016*, en <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>, consultado el 03-10-2016.

ATTON, C., *Approaching Alternative Media: Theory and Methodology*, Escocia, Napier University, 2001.

BALSEBRE, A., *El lenguaje radiofónico*, Madrid, Cátedra, 1994.

BARABÁSI, A., y RÉKA, A., «Emergence of Scaling in Random Networks», en *Science*, vol. 286, núm. 5.439, 2009, págs. 509-512.

BARBROOK, R., «The High-Tech Gift Economy», en *Readme! Filtered by Nettime: ASCII Culture and the Revenge of Knowledge*, Autonomedia, 1999, págs. 132-138.

BARNES, S., *Online Connections: Internet interpersonal relationship*, Nueva Jersey, Hampton Press, 2001.

BAUMAN, Z., y LYON, D., *Vigilancia líquida*, Barcelona, Planeta, 2013.

BAYNES, K., «Communicative Ethics. The Public Sphere and Communication Media», en *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 11, 1994, págs. 315-326.

BENHABIB, S., «Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas», en Calhoun C. (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, The MIT Press, 1996, págs. 73-98.

BENJAMIN, W., *Discursos Interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1973.

- BERLANGA, I., GARCÍA, F., y VICTORIA, J. S., «Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: nuevo “retor” del siglo XXI», en *Comunicar*, núm. 41, 2013, págs. 127-135.
- BERNAL, A. I., «Definición conceptual de los medios de comunicación por un grupo de jóvenes españoles. El valor de Internet», en *Vivat Academia*, nº 112, 2010.
- BERNERS-LEE, T., *Tejiendo la red*, Madrid, Editorial Siglo XXI, 2000.
- BISWAS, S., «Qué hacer con 3.000 millones de preguntas al día», en *BBC.com*, en www.bbc.com/mundo/noticias/2013/09/130912_tecnologia_google_buscaror_futuro_gomes_finde_cch, publicado el 16-09-2013, consultado el 20-03-2017.
- BOHMAN, J., «Expanding Dialogue: The Internet, the Public Sphere and Prospects for Transnational Democracy», en *The Editorial Board of the Sociological Review*, Blackwell Publishing, 2004, págs. 131-155.
- BOURDIEU, P., *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.
- BOYD, D., y CRAWFORD, K., «Critical questions for Big Data. Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon», en *Information, Communication & Society*, vol. 15, núm. 5, 2005, págs. 662-679.
- BUSTAMANTE, E., «Televisión: globalización de procesos muy nacionales», en BUSTAMANTE, E. (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa, 2008, págs. 167-206.
- BUTLER, E., «Mapping the variety of Public Spheres», en *Communication Theory*, vol. 21, núm. 2, Yale University, 2011, págs. 130-149.
- CARDENAL, A. S., y BATLLE, A., «La utopía virtual: Una crítica al ciberoptimismo desde la teoría de la elección racional», en *Revista de internet, derecho y política*, núm. 3, 2006.

CARDOSO, G., *Los medios de comunicación en la sociedad en red: filtros, escaparates y noticias*, Barcelona, Editorial UOC, 2010.

CARDOSO, G., *Sociedad red*, Barcelona, Editorial UOC, Barcelona, 2010.

CASTELLS, M., *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Siglo XXI editores, 1998.

CASTELLS, M., *La Galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*, Barcelona, Plaza&Janes, 2001.

CASTELLS, M., «Internet y la sociedad red», en De Moraes, D., *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder*, Barcelona, Icaria, 2005, págs. 203-228.

CASTELLS, M., *La era de la información. La sociedad red*, Madrid, Alianza Editorial, 2005.

CASTELLS, M., *La sociedad en red: una visión global*, Madrid, Alianza Editorial, 2006.

CASTELLS, M., *Comunicació i poder*, Barcelona, Editorial UOC, 2009.

CASTELLS, M., *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*, Madrid, Alianza Editorial, 2012.

CBSNEWS.COM, «State Dept. helps activists thwart web censorship abroad», en <http://www.cbsnews.com/news/state-dept-helps-activists-thwart-web-censorship-abroad/>, publicado el 20-04-2011, consultado el 29-03-2017.

CEBRIÁN, E., «La comunicación de masas», en HERRERO, J. C. (ed.), *Manual de teoría de la información y de la comunicación*, Universitas, Madrid, 2009, págs. 39-52.

CEREZO, J. M. (dir.), *La blogosfera hispana: pioneros en la consulta digital*, Fundación France Telecom, 2014, en

http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf, consultado el 23-07-2014.

CHOMSKY, N., «El control de los medios de comunicación», en CHOMSKY, N., y RAMONET, I., *Cómo nos venden la moto*, Barcelona, Icaria, 2002, págs. 7-53.

CHOMSKY, N., y HERMAN, E. S., *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Planeta, 2013.

COLOMBO F., *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1995.

COMISIÓN DE BANDA ANCHA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (ONU), *Estado de la banda ancha*, en <http://www.broadbandcommission.org/publications/Pages/SOB-2016.aspx>, publicado el 15-09-2016, consultado el 27-03-2017.

CURRAN, J., «Repensar la comunicación de masas», en CURRAN, J., MORLEY, D., y WALKERDINE, V. (comp.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona, Paidós, 1998, págs. 187-254.

CURRAN, J., «Why has the Internet changed so little?», 2012, en www.opendemocracy.net/james-currans/why-has-internet-changed-so-little, consultado el 11-08-2014.

DAHLBERG, L., «The Habermasian public sphere: Taking difference seriously?», en *Theory and Society*, vol. 34, núm. 2, 2005, págs. 111-136.

DAHLBERG, L., «Expanding digital divides research: a critical political economy of social media», en *Communication Review*, Routledge, vol. 18, núm. 4, 2016, págs. 271-293.

DAHLGREN, P., «The Internet and the Democratization of Civil Culture», en *Political Communication*, vol. 17, 2000, págs. 445-340.

DEAN, J., «Why the Net is not a Public Sphere», en *Constellations*, vol. 10, núm. 1, Blackwell Publishing, 2003, págs. 95-112.

DE CARRERAS, LL., *Derecho español de la información*, Barcelona, Editorial UOC, 2003.

DE FONTCUBERTA, M., *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona, Paidós, 1993.

DEL RÍO PEREDA, P., *Psicología de los medios de comunicación*, Madrid, Síntesis, 1996.

DEUTSCHE, R., *Agorafobia*, en *Quaderns portatils*, 2008, en <http://www.macba.cat/es/quaderns-portatils-rosalyn-deutsche>, consultado el 29-07-2014.

DEUZE, M., «What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered», en *Journalism*, vol.6, núm. 4, 2005, págs. 442-464.

DEUZE, M., «The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship», en *International Journal of Communication*, vol. 2., Indiana, Indiana University, 2008, págs. 848-865.

ECO, H., *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Tusquets editores, 1995.

EL HUFFINGTON POST, «Ester Quintana perdió el ojo por la actitud “imprudente” de los mossos, según el juez», en www.huffingtonpost.es/2014/05/08/ester-quintana-ojo_n_5289031.html, publicado el 08-05-2014, consultado el 17-03-2017.

EL MUNDO, «Ataque informático de Anonymous contra la web de la Policía Nacional», en <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/06/12/espana/1307832007.html>, publicado el 12-06-2011, consultado el 09-04-2017.

EL MUNDO, «EE. UU. ratifica que Internet es un servicio público y aprueba el principio de “neutralidad en la red”», en

<http://www.elmundo.es/tecnologia/2016/06/15/5761478b22601db22e8b45a8.html>, publicado el 15-06-2016, recuperado el 01-04-2017.

EL PAÍS, «WhatsApp rompe la barrera de los mil millones de usuarios», en http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2016/02/03/actualidad/1454477728_110246.html, publicado el 04-02-2016, consultado el 21-03-2017.

ELEY, G., «Nations, Publics and Political Cultures: Placing Habermas in Nineteenth Century», en CALHOUN C. (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, The MIT Press, 1996, págs. 260-289.

ERMAN, E., «What is wrong with agonistic pluralism? Reflections on conflict in democratic theory», en *Philosophy & Social Criticism*, vol. 35, núm. 9, Sage Publications, 2009, págs. 1.039-1.062.

EUROPA PRESS, «Primer año de Gobierno de Rajoy: Más de 36.000 manifestaciones y concentraciones», en www.europapress.es/nacional/noticia-primer-ano-gobierno-rajoy-mas-36000-manifestaciones-concentraciones-20130112120312.html, publicado el 12-01-2013, consultado el 30-07-2014.

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA (FAPE), «Con la entrada en vigor de la “ley mordaza”, el ejercicio del periodismo en nuestro país es menos libre», en <http://fape.es/con-la-entrada-en-vigor-de-la-ley-mordaza-el-ejercicio-del-periodismo-en-nuestro-pais-es-menos-libre/>, publicado el 30-06-2015, consultado el 25-07-2015.

FERNÁNDEZ, N., y DE UGARTE, D., *La clave es pública. El momento de la inteligencia y de la diplomacia corporativa*, 2010, en <http://lasindias.com/la-clave-es-publica>, consultado el 23-03-2015.

FIDLER, R., *Mediamorfosis*, Barcelona, Granica SA-Adelphi, 1998.

FIEGERMAN, S., «Facebook es closing in on 2 billion users», en *CNN.com*, en <http://money.cnn.com/2017/02/01/technology/facebook-earnings/>, publicado el 01-02-2017, consultado el 21-03-2017.

FLEISCHMAN, L., GINESTA, X., y LÓPEZ, M., «Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español», en *Andamios*, vol. 6, núm. 11, 2009, págs. 257-285.

FONSECA, R., y PRIETO DE ALIZIO, L., «Las emociones en la comunicación persuasiva: desde la retórica afectiva de Aristóteles», en *Revista Quórum Académico*, vol. 1, núm. 7, 2010, págs. 78-94.

FRASER, N., «Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy», en CALHOUN C. (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, The MIT Press, 1996, págs. 108-142.

FUCHS, C., «Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet», en *European Journal of Communication*, vol. 24, núm. 1, 2009, págs. 69-87.

GINER, S., LAMO DE ESPINOSA y E., TORRES, C. (eds.). *Diccionario de Sociología*, Madrid, Alianza Editorial, 1998.

GRIECO M., y HOLMES, I., *Electronic governance and commercial development in Africa: the grassroots perspective*, artículo presentado al Instituto para el desarrollo por África, Cornell University, 1999.

GROSHEK, J., «The Democratic Effects of the Internet, 1994_2003: A Cross-National Inquiry of 152 Countries», en *International Communication Gazette*, vol. 71, núm. 3, 2009, págs. 115-136.

HABERMAS J., «Hannah Arendt», en *Perfiles filosófico-políticos*, Taurus, Madrid, 1984, págs. 200-222.

- HABERMAS, J., *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 1987.
- HABERMAS, J., *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*, Buenos Aires, Amorrortu, 1991.
- HABERMAS, J., *La constelación postnacional. Ensayos políticos*, Barcelona, Paidós, 2000.
- HABERMAS, J., *Facticidad y validez*, Madrid, Trotta, 2005.
- HABERMAS, J., *Entre naturalismo y religión*, Barcelona, Paidós, 2006.
- HABERMAS, J., *La inclusión del otro: estudios de teoría política*, Barcelona, Paidós, 2008.
- HABERMAS, J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 2014.
- HARTLEY, J., «Communicative democracy in a redactional society: the future of journalism studies», en *Journalism*, vol. 1, núm. 1, Sage, 2000, págs. 39-48.
- HONNETH, A., *El derecho de la libertad. Esbozo de una eticidad democrática*, Madrid, Katz editores, 2014.
- IAB SPAIN, *Estudio anual de redes sociales*, en http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/04/IAB_EstudioRedesSociales_2016_VCorta.pdf, publicado el 20-04-2016, consultado el 21-03-2017.
- JENKINS, H., *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2008.
- JENKINS, H., y DEUZE, M., «Convergence Culture», en *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 14, núm. 1, Sage, 2008, págs. 5-12.
- KANT, I., *¿Qué es la ilustración?*, Madrid, Alianza Editorial, 2007.

- KLINGER, U., y SVENSSON, J., «The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach», en *NewMedia & Society*, Sage, 2014, págs. 1-17.
- KUROSE, J., y ROSS, K., *Computer Networking: a top-down approach featuring the Internet*, Londres, Addison Wesley, 2001.
- LASSWELL, H. D., «The Structure and Function of Communication in Society», en SCHRAMM, W. (ed.), *Mass Communications*, Urbana, IL, University of Illinois Press, 1960, págs. 117-129.
- LEVINE, S. S., y PRIETULA, M. J., «Open Collaboration for Innovation: Principles and Performance. Organization Science, Forthcoming», en *SSRN*, en <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1096442>, publicado el 16-09-2013, consultado el 21-03-2017.
- LEVY, P., *Collective Intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*, Nueva York, Perseus, 1997.
- LIPPMAN, W., *La opinión pública*, Madrid, Cuadernos de Langre, 2003.
- LITT, E., «Knock, knock. Who's there? The imagined audience», en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 3, núm. 56, 2012, págs. 330-345.
- LÓPEZ, X., «Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo», en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 13, 2007, págs. 111-121.
- MARTÍN SERRANO, M., *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*, Madrid, McGraw Hill, 2010.
- MATAS, A., «Els mitjans “alternatius” com a pràctica comunicativa emancipadora», en COMAS, M., y MATAS, A., *Tecnocrítica: la cruïlla entre tecnologia i moviments socials*, Palma, Edicions UIB, 2014, págs. 65-86.

- MATEOS-PÉREZ, J., «La información como espectáculo en el nacimiento de la televisión privada española (1990-1994)», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2009, págs. 315-334.
- MATTELART, A., *La mundialización de la comunicación*, Madrid, Paidós Ibérica, 1998.
- MCQUAIL, D., y WINDAHL, S., *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, Pamplona, Eunsa, 1997.
- MCQUAIL, D., *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 2000.
- MCMANUS J., *Maker-driven journalism: let the citizen beware?*, Thousand Oaks, Sage, 1994.
- MCNAIR, B., *The Sociology of Journalism*, Londres, Arnold, 1998.
- MOLES, A., ZELTMANN C., *La comunicación y los mass media*, Bilbao, El mensajero, 1975.
- MONCADA, A., *Manipulación mediática. Educar, informar o entretener*, Madrid, Ediciones Libertarias, 2000.
- MOZOROV, E., *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Nueva York, PublicAffairs, 2011.
- MOSCO, V., «La economía política de la comunicación: una revisión diez años después», en *Cuadernos de Información y Comunicación*, núm. 11, 2006, págs. 57-79.
- MOUFFE, C., *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Barcelona, Paidós, 1999.

NAVAL, C., y SÁBADA, CH., «Juventud y medios de comunicación frente a frente», en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 68, 2005.

NIETZSCHE, F., *La genealogía de la moral*, Madrid, Alianza Editorial, 1996.

NORRIS, P., *A Virtuous Circle: Political Communication in Post-Industrial Democracies*, Nueva York, Cambridge University Press, 2000.

ORTEGA y GASSET, J., *La rebelión de las masas*. Madrid, Espasa-Calpe, 1969.

OXFORD DICTIONARIES, «Word of the year 2016 is...», en <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>, consultado el 08-04-2017.

PARLAMENTO EUROPEO, *Resolución legislativa del Parlamento Europeo, de 27 de octubre de 2015, respecto de la Posición del Consejo en primera lectura con vistas a la adopción del Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establecen medidas en relación con el acceso a una internet abierta y se modifica la Directiva 2002/22/CE relativa al servicio universal y los derechos de los usuarios en relación con las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas y el Reglamento (UE) n.º 531/2012 relativo a la itinerancia en las redes públicas de comunicaciones móviles en la Unión (10788/2/2015–C8-0294/2015–2013/0309(COD))*, en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2015-0367+0+DOC+PDF+V0//ES>, consultado el 17-03-2017.

PASQUALI, A., *Comprender la comunicación*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1980.

PAVLIK, J. V., *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2005.

POSTER, M., «Cyberdemocracy, Internet and the Public Sphere», en PORTER D. (comp.), *Internet Culture*, Nueva York y Londres, Routledge, 1997, págs. 201-217.

- PRNOTICIAS, «Del oligopolio televisivo al duopolio de T5 y A3: el triste legado de la política audiovisual de ZP», en www.prnoticias.com/index.php/television/360-television-digital/20110931-del-oligopolio-televisivo-al-duopolio-de-telecinco-y-antena-3-el-triste-legado-de-la-politica-audiovisual-de-zp, publicado el 16-12-2011, consultado el 16-03-2016.
- RAMONET, I., «Pensamiento único y nuevos amos del mundo», en CHOMSKY, N., y RAMONET, I., *Cómo nos venden la moto*, Barcelona, Icaria, 2002, págs. 55-98.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Corpus del español del siglo XXI*, en <http://www.rae.es/recursos/banco-de-datos/corpes-xxi>, consultado el 10-10-2015.
- REJÓN, R., « Plataformas ciudadanas, ONG, activistas: las voces que se rebelan contra “la mordaza”», en *Eldiario.es*, en www.eldiario.es/sociedad/voces-ley-mordaza-busca-acallar_0_333867370.html, publicado el 11-12-2014, consultado el 25-07-2015.
- RENDUELES, C., *Sociofobia*, Madrid, Capitán Swing, 2013.
- RENOBELL, V., «Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital», en *UOCpapers revista sobre la sociedad del conocimiento*, núm. 1, 2005, en <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf>, consultado el 3-10-2014.
- RITZER, G., y JURGENSON, N., «Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer”», en *Journal of Consumer Culture*, vol. 10, núm. 1, 2010, págs. 13-36.
- ROBERTS, J. M., «John Stuart Mill, free speech and the public sphere: a Bakhtinian critique», en *The Editorial Board of the Sociological Review*, Blackwell Publishing, 2004, págs. 67-87.

SALAVERRÍA, R., y GARCÍA AVILÉS, J. A., «La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo», en *Trípodos*, núm. 23, 2008, págs. 31-47.

SANCHA, N., «Las cuatro de la madrugada era la hora de las torturas», en *Elpaís.com*, en http://internacional.elpais.com/internacional/2017/02/07/actualidad/1486494959_472632.html, publicado el 07-02-2017, consultado el 08-02-2017.

SÁNCHEZ DE DIEGO, M., «La función pública de la información como derecho fundamental», en HERRERO, J.C. (ed.), *Manual de Teoría de la Información y la Comunicación*, Universitas, Madrid, 2009, págs. 77-96.

SANZ APARICIO, M. T., *Psicología de la motivación*, Madrid, Sanz y Torres, 2013.

SARABIA, D., «La Neutralidad de la Red pierde en Europa y las telecos vuelven a ganar», en *Eldiario.es*, en http://www.eldiario.es/cultura/tecnologia/Neutralidad-Red-pierde-telecos-vuelven_0_553645043.html, publicado el 30-08-2016, consultado el 01-04-2017.

SASSI, S., «The network and the fragmentation of the public sphere», en *The Public*, vol. 3, núm. 1, 1996, págs. 25-41.

SARTORI, G., *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Barcelona, Ediciones Generales, 2005.

SELIGMAN, A., *The Idea of Civil Society*, Nueva York, The Free Press, 1992.

SEMPERE, J., *Mejor con menos*, Barcelona, Crítica, 2009.

SHANNON, C. E., y WEAVER, W., *The mathematical theory of communication*, Urbana, The University of Illinois Press, 1964.

TERRANOVA, T., «Free labor: Producing Culture for de Digital Economy», en *Social Text* 63, vol. 18, núm. 2, 2000, págs. 33-58.

THERANIAN, M., *Global Communication and World Politics*, Londres, Rienner Iseas, 1999.

THOMPSON, J. B., *Los medios y la modernidad*, Barcelona, Paidós, 1998.

TIMOTEO, J., «El control político de la información», en HERRERO, J.C. (ed.), *Manual de Teoría de la Información y la Comunicación*, Universitas, Madrid, 2009, págs. 407-428.

TOFFLER, A., *La tercera ola*, Barcelona, Plaza & Janes, 2000.

TORRES SORIANO, M. R., «Internet como motor del cambio político: ciberoptimistas y ciberpesimistas», en *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, núm. 1, 2013, págs. 1-22.

TÚÑEZ, M., «Jóvenes y prensa en papel en la era Internet. Estudios de hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 15, 2009, págs. 503-524.

TWITTER, «It's what's happening», en <https://about.twitter.com/company>, consultado el 21-03-2017.

UNESCO, *De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento*, en http://portal.unesco.org/shs/en/files/9026/11332640731press_kit_es.pdf/press_kit_es.pdf, publicado el 03-11-2005, consultado el 27-03-2017.

URÍAS, J., *Lecciones de derecho de la Información*, Madrid, Tecnos, 2003.

VALERO, C., «Alemania busca límites a la red», en *El Mundo*, 24-03-2017, pág. 57.

VARA, A., *Economía básica para comunicadores*, Pamplona, Eunsa, 2007.

- VELASCO, J. C., *Habermas. El uso público de la razón*, Madrid, Alianza Editorial, 2013.
- WARD, S., *Political organization and the Internet: towards a theoretical framework for analysis*, University of Salford, European Studies Research Institut, 2001.
- WEST, J., «How open is open enough?: Melding proprietary and open source platform strategies», en *Research Policy*, vol. 32, núm. 7, 2003, págs. 1.259-1.285.
- WHARTON UNIVERSITY, *The Ten Most Cited Spanish Social Scientists. Los Diez Científicos Sociales Españoles Más Citados*, en <https://news.wharton.upenn.edu/press-releases/2012/04/wharton-school-lauder-institute-announce-2011-list-of-top-ten-most-cited-spanish-social-scientists/>, publicado el 2-04-2012, consultado el 15-02-2017.
- WIKILEAKS, «Collateral Murder», en <https://collateralmurder.wikileaks.org/>, publicado el 05-04-2010, consultado el 09-03-2017.
- WIKILEAKS, «Vault 7: CIA Hacking Tools Revealed», en <https://www.wikileaks.org/ciav7p1/>, publicado el 07-03-2017, consultado el 09-03-2017.
- STRAUSS, W., y HOWE, N., *Millennials Rising: The Next Great Generation*, Nueva York, Vintage Original, 2000.
- WIENER, N., *Cibernética*, Madrid, Guadiana de Publicaciones, 1971.
- WINOCUR, R., *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como el espacio de control de la incertidumbre*, México, Siglo XXI editores, 2009.
- ZAFRA, R., «Crear avui en la cambra pròpia connectada», en COMAS, M., y MATAS, A., *Tecnocrítica: la cruïlla entre tecnologia i moviments socials*, Palma, Edicions UIB, 2014, págs. 21-31.

ANEXO

Desarrollo de la fórmula matemática de la página 211

Para finalizar, ofrecemos el desarrollo matemático la fórmula que se ha utilizado para calcular de cuántas redes sociales puede formar parte un individuo teniendo en cuenta que existen alrededor de 7.500 millones de habitantes en el planeta y que consideramos que dos personas ya son una subred social, contemplando las combinaciones distribuidas:

Supongamos que somos 7.500 millones de individuos + 1 (nuestro individuo).

El individuo en cuestión puede estar en contacto con el resto generando redes con otro individuo, u otros 2, con otros 3, etc.

Número de redes posibles del individuo en cuestión y:

- 1 individuo. $\binom{7,5 \cdot 10^9}{1}$
- 2 individuos. $\binom{7,5 \cdot 10^9}{2}$
- 3 individuos. $\binom{7,5 \cdot 10^9}{3}$
- ⋮
- $7,5 \cdot 10^9$ individuos. $\binom{7,5 \cdot 10^9}{7,5 \cdot 10^9}$

Sabiendo que:

$$\sum_{k=0}^n \binom{n}{k} = 2^n$$

La suma de todas estas redes sería:

$$\sum_{k=1}^{7,5 \cdot 10^9} \binom{7,5 \cdot 10^9}{k} = \sum_{k=1}^{7,5 \cdot 10^9} \binom{7,5 \cdot 10^9}{k} + \binom{7,5 \cdot 10^9}{0} - \binom{7,5 \cdot 10^9}{0} = \sum_{k=0}^{7,5 \cdot 10^9} \binom{7,5 \cdot 10^9}{k} - 1 \approx 2^{7,5 \cdot 10^9}$$

$2^{7,5 \cdot 10^9} - 1 \approx 2^{7,5 \cdot 10^9}$ redes totales.

