

Martín

Daniel

Oller

Barredo

Alonso

Ibáñez

Prólogo de Sandra Buenaventura
(Université Paris – Sorbonne Paris IV)

La Sociedad de los Ideantes

REPENSANDO LOS CONCEPTOS DE OPINIÓN Y
ESFERA PÚBLICA Y LAS TEORÍAS DEMOCRÁTICAS
RELACIONADAS CON EL FENÓMENO
COMUNICATIVO CIUDADANO

Cuadernos Artesanos de Latina / 29



Cuadernos Artesanos de Latina - Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Concha Mateos (URJC)

- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M)
- Javier Marzal (Universidad Jaume I, UJI)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Julio Montero (Universidad Complutense de Madrid, UCM)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Se hará constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Martín Oller Alonso
Daniel Barredo Ibáñez

Prólogo de **Sandra Buenaventura**
(Université Paris–Sorbonne Paris IV)

La Sociedad de los Ideantes

**REPENSANDO LOS CONCEPTOS DE OPINIÓN Y
ESFERA PÚBLICA Y LAS TEORÍAS DEMOCRÁTICAS
RELACIONADAS CON EL FENÓMENO
COMUNICATIVO CIUDADANO**

Cuadernos Artesanos de Latina / 29



29º - **La Sociedad de los Ideantes.** Repensando los conceptos de Opinión y Esfera Pública y las teorías democráticas relacionadas con el fenómeno comunicativo ciudadano

Martín Oller Alonso y Daniel Barredo Ibáñez |

Precio social: 3,85 € / Precio librería: 5 €

Editores: Concha Mateos Martín y Ciro Hernández

Diseño: Juan Manuel Álvarez

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro “Mujer con jarrón”, de Murrieta Minauro, 2004 (México)

Imprime y **distribuye:** F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal

- La Laguna (Tenerife), 2012 – Creative Commons

(<http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/portada2012.html>)

(<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html#29>)

Protocolo de envío de manuscritos con destino a C.A.L.:

<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/protocolo.html>

ISBN – 13: 978-84-940111-7-7

ISBN – 10: 84-940111-7-0

D.L.: TF-594-2012

ÍNDICE

Prólogo: De la Sociedad de la Información a la Sociedad de los Ideantes	7
Introducción: Hacia la sociedad luminotécnica.....	13
1. Concepto de cultura y comunicación.....	19
2. La opinión pública.....	25
2.1. La opinión pública y los medios de comunicación: las teorías normativas	
2.2. La evolución de las teorías normativas, la opinión pública y el discurso informativo en las últimas dos décadas	
2.3. La opinión pública y la opinión publicada	
3. La esfera pública.....	37
3.1. La esfera pública y su historia	
3.2. Repensando la esfera pública	
3.3. La transformación estructural de la esfera pública	
3.3.1. La esfera virtual	

4.	Las teorías democráticas contemporáneas y la comunicación.....	49
4.1.	La teoría de la democracia deliberativa y el proceso comunicativo	
4.2.	La teoría de la elección social y su contribución a la crítica de las democracias contemporáneas	
4.3.	La sociedad civil	
4.4.	Periodismo ciudadano	
5.	Bibliografía.....	61

Prólogo

De la Sociedad de la Información a la Sociedad de los Ideantes

Dra. Sandra Buenaventura
(Université Paris-Sorbonne Paris IV)

EN TODA CONFIGURACIÓN la grieta aparece en exteriorización de esquemas negativos del descenso o de la caída. En la *Sociedad de los Ideantes* —el principal hallazgo de este libro— la grieta es pensada como generadora de creatividad o como *la caída hacia arriba* de Bachelard (1990) en la que la imaginación, en contacto con el aire, se ultradinamiza. El espacio luminoso impulsado desde las grietas dota de agilidad hasta los confines de lo contaminado, entendiendo como contaminado a toda restricción en pensamiento y acción que se ejerce desde esferas homogéneas y de aplastamiento que ha regido a la masa pensante y ciudadana antes de la irrupción del Sujeto Ideante.

La *Sociedad de la Información*, o sociedad mediocéntrica, planteada así por Oller y Barredo, es el ente expulsor de fisuras, por lo que en un movimiento multipolarizado y creativo, la fisura encuentra su zona en la *Sociedad de los Ideantes*, o zona de imaginación ultradinámica.

Si esbozamos territorios que respondan a la inclusión o no de un esquema de fisurización, vemos que la *Sociedad de la Información* produce y está habitada por seres terrestres insertos en un cuadro ascensional, en el que la verticalidad adquiere facetas de sublimación. La verticalidad percibida desde la potencia del ser bloquea, en el mapa biológico, los flujos sanguíneos y nerviosos. Pensándolo en términos de profundidad, lo vertical no escapa a la poética del aplastamiento,

del silencio de los agentes de la palabra. La *Sociedad de los Ideantes*, en cambio, produce y está habitada por seres aéreos y dinámicos que dotan de movimiento a objetos y lenguajes. Así, el concepto de *Sociedad de los Ideantes* que evoluciona en la esfera pública virtual, ha de nutrirse de esquemas de fisurización, porque así, solo así, cada uno de los ciudadanos anónimos que la conforman podría reapropiarse de su vivencia informativa, emocional, enciclopédica y contextual, usurpada por los limitadores de la participación y realización ciudadana: la grieta es agente de individualización y motor en la emergencia de un *ser-participativo*.

Pensar el vacío como carencia de sorpresa nos lleva a posicionar a la *Sociedad de la Información* en esa zona de carencia, por lo tanto en el vacío: no hay sorpresa porque la unidireccionalidad propia de los medios de comunicación tradicionales, impide, entre otros, la heterocronía o múltiples temporalidades. En su opuesto la *Sociedad de los Ideantes* contiene la sorpresa: en las redes sociales las temporalidades se multiplican y las irradiaciones de cada individuo fisurizado atraviesa estratos hasta llegar a otros individuos fisurizados que disfrutarán, asimilarán y modificarán los contenidos producidos en las diversas temporalidades que son las vertebraciones de posiciones existenciales plurales. Aquí vemos también la oscilación entre lo normal y lo patológico. Si la normalidad es la ausencia de caracteres distintivos –y la fisura es un carácter distintivo de cada individuo–, el individuo, con su enciclopedia cultural y vivencial y con su carga emotiva, es una sorpresa en sí que transita la esfera de la *Sociedad de los Ideantes*, construyéndola a un nivel orgánico e intelectual. Esos individuos anónimos que fluyen de la esfera de los Ideantes son los constructores de sorpresas, los que invierten la situación de vacío generada por la sociedad más estática y jerarquizada de la *Sociedad de la Información*. Pasamos entonces de lo *normal*, *Sociedad de la Información*, conceptualizadora de expectativas deceptivas de eventos, a lo *patológico*, *Sociedad de los Ideantes*, ente generador de eventos excepcionales. La participación democrática de las redes sociales genera fisuras, roturas, grietas en movimiento, a través de las cuales la fluidez multidireccional y multidimensional llega a la estática esfera pública de los medios tradicionales, en un constante deseo de patologización.

La experiencia ontológica de estos dos espacios públicos contemporáneos difiere en la tajante necesidad y presencia de las grietas en la *Sociedad de los Ideantes*. El Sujeto Ideante aparece como portador de la fisurización: es la subjetividad como vasos comunicantes que resulta del ser biográfico, del ser poético, del político, del ser ficcional. Globalmente el Sujeto Ideante es un conjunto *sampleado* de sujeto psíquico y contextual, que atraviesa el dominio propiamente privado y biográfico para alojarse en los contenidos públicos virtuales, y devenir así analizables y utilizables por otros Sujetos Ideantes.

El Sujeto Ideante unifica espacios divergentes cualitativamente diferenciados. Digamos que a partir de movimientos simultáneos operados por cada Ideante se construye una *homogeneidad alterada* con base en elementos heterogéneos: el Sujeto Ideante atraviesa libremente los espacios antes restringidos en planicies mensurables, o lo que viene a ser lo mismo, el Ideante circula por todos los territorios.

La grieta, la fisura, va unida a las emociones. La grieta nos meduliza, posee una función concentradora cuyo fin es irradiar. A medida que la grieta, en su condición de médula, se establezca en agente de irradiación, el componente emocional se intensificará gradualmente entre los Ideantes. La acción múltiple y compartida que se lleva a cabo en el núcleo Ideante *se caotiza* en contacto con los estados emocionales que cada vez adquieren mayor protagonismo. La identificación de los Ideantes con contenidos culturales y vivenciales, de manera constante compartidos o secundados, hace que la emoción colme su posición existencial y, que el espacio virtual, se patologicice.

Las identidades-fisura emergen de la esfera pública virtual. La fisurización identitaria se asocia a un espacio ontológico ligado al caos y a una *emoción-en-el-mundo*, dentro de la concepción del espacio público planteado por Oller y Barredo y que desemboca en la llamada *Sociedad de los Ideantes*.

La nueva sociedad, fisurizada y emocionalmente hiperactiva, se encuentra atravesada por las neuronas-espejo. Esta sociedad de individuos anónimos, dota al espacio público de ráfagas activadoras y

habilita, en el mapa multidireccional de los Ideantes, un sistema nervioso central propio, aunque en conexión estrecha con el de nuestro organismo.

Un espejo es un entre-dos: nos posiciona en el exterior, nos expulsa de nosotros; el espejo es una identidad desplazante y un objeto desplazable. El espejo es agente desplazante al frecuentar el espacio exterior; igualmente es agente atomizante que se ejecuta en el interior del yo: el espejo como vitalización. La *Sociedad de los Ideantes* cruza esferas de interacción con el campo de las neurociencias, en particular con la ciencia de las neuronas-espejo (Rizzolatti et al., 1996). Sintetizando: los circuitos de neuronas-espejo situados en la zona fronto-parieto-temporal se activan cuando observamos las acciones ajenas. El sistema de neuronas-espejo es un sistema de observación-ejecución y juega un rol importante en la comprensión de las acciones del otro y, lo que es más importante, gracias a las neuronas-espejo no hay necesidad de intermediarios. La *Sociedad de los Ideantes* como circuito de neuronas-espejo que observan y ejecutan al margen de toda incursión de elementos hegemónicos no solo despersonalizan y acartonan a la *Sociedad de la Información*, sino que los Ideantes toman posesión de la esfera pública con instrumentos orgánicos, metabólicos y sinápticos. Si el límite del mundo está determinado por los límites del lenguaje, como afirma Wittgenstein (2005), para los Sujetos Ideantes, el límite de la participación en la esfera pública es el límite de las neuronas-espejo. Aquí lo interesante es que las neuronas-espejo son neuronas asociativas, de la interacción social: se especializan en las acciones y enlazan al emisor y al receptor. Siendo las neuronas de la empatía, la carga emocional se convierte en devenir-ilimitado, y la fisura toma toda su potencialidad. En definitiva mediante las fisuras emocionales y ontológicas, las neuronas-espejo se activan, excitan el espacio de los ciudadanos anónimos y los convierten en comunicadores y enlazadores hiperactivos.

La neurona-espejo se activa entonces cuando tomamos un objeto dado o ejecutamos una acción o cuando vemos a otra persona tomar o ejecutar la misma acción. Cuando una persona actúa nuestro circuito de neuronas-espejo se activa, creándose una imagen en nuestro cerebro: nos implicamos de una cierta manera en la acción de manera involuntaria. Nos hacemos una representación de la acción

que vemos en nuestro sistema motor. Mi cerebro representa las acciones de los demás en mi propio sistema motor cuando observo las acciones. En la *Sociedad de los Ideantes*, el proceso neurona-espejo es simultáneo, multidireccional, complejo y en cadena radiante. Mediante las neuronas-espejo comprendemos las acciones ajenas. Y lo ajeno se convierte en nuestro interior, lo integramos. Semantizamos la acción del otro. ¿Cómo se semantiza la acción del otro en la *Sociedad de los Ideantes*? La neurona-espejo nos permite comprender el sentido de la acción, la carga emocional y la intención. Cuando mi sistema motor se activa, semantizo la acción que observo. Comprender e imitar a partir de la acción del otro (imitamos para reproducir o para aprender) son funciones de las neuronas-espejo. El Sujeto Ideante estruja al máximo las potencialidades de estos circuitos empáticos, porque son necesarios y estimulantes para la expansividad de sus lenguajes y emociones compartidos y compartibles. Pero las funciones expansivas de las neuronas-espejo pueden mermarse o bloquearse a través del mecanismo de las neuronas anti-espejo (Mukamel et al., 2010), que, en esta perspectiva neurobiológica, entabla con la *Sociedad de la Información*, y su ausencia de grietas. He aquí un antagonismo a la irradiación empática y generadora de simultaneidades del circuito de las neuronas-espejo.

Las neuronas del sistema especular engloban la *Sociedad de los Ideantes* y la *Sociedad de la Información*. Las que tienen propiedades anti-espejo, las que promueven inhibición y restricción, comparten con las esferas de la *Sociedad de la Información* propiedades desactivadoras de la emoción, de la empatía, de la imitación, del aprendizaje, de la comprensión y, finalmente, de la colectivización. La activación más masiva de neuronas anti-espejo en el caso de la *Sociedad de la Información* no sólo reduce los vínculos emocionales entre emisores y receptores, sino que se dispone como dispositivo de incomunicabilidad.

Dra. Sandra Buenaventura
Université Paris-Sorbonne Paris IV

París, 1 de junio de 2012.



Hacia la sociedad luminocéntrica

A MENUDO se han descrito los medios de comunicación de masas como el “*nuevo espacio público*” de las sociedades democráticas actuales (Ortega, 2003: 61). Ciertamente la popularización de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), ha motivado un cambio de paradigma. En siglos anteriores el ciudadano mostraba su descontento a través de grafitis o folletos anónimos, entre otras formas de comunicación (Pajnik y Downing, 2008). La principal novedad no es la aparición de un pensamiento crítico, sino que ahora la sociedad civil cuenta con herramientas fácilmente accesibles para responder activamente y en conjunto ante la gestión de los recursos simbólicos, con independencia de las instituciones políticas o de los medios de comunicación, como apunta Castells (2008: 86). Páginas como *WikiLeaks*, *MySpace*, *Facebook*, *Tuenti*, *Twitter* o *Meneame*, entre otras, permiten al ciudadano compartir sus reflexiones en tiempo real en un grupo ante el cual se erigen como líderes de opinión. En este trabajo si comenzamos diseccionando los elementos teóricos que han vertebrado hasta ahora las diferentes concepciones sobre el espacio público, terminamos presentando un espacio público contemporáneo repartido en dos esferas paralelas, en general divergentes tanto en la producción de contenidos como en la caracterización de sus actores principales. La primera de esas esferas está representada por las redes sociales; en ellas los ciudadanos alientan la participación democrática,

estimulan las fisuras, agrietan las tendencias sociológicas centrales. La segunda de las esferas aglutina a los medios de comunicación. A través de ellos se canalizan esas tendencias sociológicas centrales en un intento de organizar la convivencia. Los medios, además, restringen la participación ciudadana al conservar el control absoluto sobre sus emisiones y al activar una serie de mecanismos que restan eficacia a la espontaneidad de la reflexión colectiva (Salvat y Serrano, 2011).

A partir de cierto momento histórico los periodistas se asignaron un rol como intermediarios simbólicos entre los gestores y los gestionados, entre los representantes y los representados. Un momento que en nuestros días vive un proceso de ruptura: la esfera pública virtual complementa y desborda a la esfera pública vinculada con los medios. En la virtual los actores principales son individuos anónimos capaces de producir unos contenidos que, cada vez más, dirigen el sentido de la opinión pública. De este modo los medios de comunicación están recibiendo un ataque mortal a su monopolio informativo. La alta participación registrada en las redes, junto a la caída secular de la audiencia mediática, sugieren la existencia de una mayor interpretación democrática: los representados están reconfigurando el panorama representativo, lo están trascendiendo. En este reajuste el periodismo profesional deviene lentamente en un significante sin significado: cabe preguntarse –como haremos nosotros más adelante– hasta qué punto el periodismo sigue vivo en el siglo XXI. Las restricciones informativas y los tabús, la direccionalidad y los estereotipos, la rutinización temática, etcétera, etcétera, podrían añadirse a un manual de malas prácticas habituales e incluso sentar a los profesionales en un banquillo figurado y dictar, con el peso de la responsabilidad colectiva, que no son útiles en términos éticos. Tampoco estéticos: la necesidad de articular un discurso homogéneo, estandarizado, mercantilizado, prima sobre la composición estilística (Boczkowski: 2010).

Con este libro proponemos el paso de la llamada *Sociedad de la Información*, sociedad mediocéntrica (la información se sitúa en el eje central alrededor del cual orbita la sociedad), a la *Sociedad de los Ideantes*, sociedad luminocéntrica, en la que los ciudadanos evolucionan a lectores y editores, anulan los roles de los intermediarios, y se

vertebran únicamente por un deseo colectivo de emitir y recibir luz o información. Es el paso de un momento referencial, jerarquizado, totalizado, a una escena global areferente, horizontal, fragmentada. Es la transición de un espacio basado en la escasez, a un espacio de dimensiones teóricamente ilimitadas.

En la Sociedad de la Información la finitud del papel o la carestía del minuto en antena determinan la utilización de escalas y de jerarquías. En la Sociedad de los Ideantes la abundancia origina una liberación de los patrones, una supresión de los cánones, una emancipación de las formas. El mensaje racional del periodista, confeccionado a menudo con el reflejo de las célebres 6 W¹, se resquebraja por un mensaje intuitivo que en general sólo utiliza una de las 6 W, porque los otros mensajes –es decir, los de los otros ideantes– lo distribuyen, lo aplauden, lo critican pero sobre todo –y esto es lo novedoso– lo manipulan. En la manipulación del conocimiento no se restringe la participación del ciudadano por su condición de no-periodista. Al contrario: en la Sociedad de los Ideantes el conocimiento se vincula con la noción de lo colectivo, se desacraliza y se fragmenta. Es decir se saca de las vitrinas periodísticas y se transforma en algo vivo, incompleto, accesible, múltiple. Esa noción de la manipulación recoge asimismo un desplazamiento intuitivo: lo visual se traduce en táctil. Las imágenes prescinden de la acumulación simbólica, se disuelven en una solución de continuidad, se “texturizan”. El receptor actual “toca” las superficies, las reconoce, las palpa, las descodifica según sus volúmenes estructurales. Lo importante, en definitiva, no es desentrañar un significado, sino deslizarse sobre un sentido. Si los periodistas, en la Sociedad de la Información, se parecen a los cultivadores de perlas, cada ciudadano, en la Sociedad de los Ideantes, aporta la suya. Independientemente de su trayectoria académica o profesional; no es el currículo el instrumento de selección o filtrado, como sucede en los medios convencionales, porque son otros valores (creatividad, precisión, verdad) los que impregnan la descomposición del texto informativo.

¹ *Who* (Quién), *What* (Qué), *Where* (Dónde), *When* (Cuándo), *Why* (Por qué) y *How* (Cómo).

Paradójicamente la abundancia espacial de las redes no engendra mensajes ilimitados, sino que los ideantes –en un alarde de urbanismo– evitan los comentarios largos, se acogen a una función sintetizadora, quizá porque esa es la manera de demostrar la horizontalidad de la comunicación. En unos pocos caracteres han de comprimir el jugo de su pensamiento o de sus emociones; algo que se diferencia notablemente del clasismo habitual en los medios de la Sociedad de la Información. Todavía hoy casi todos los periódicos conceden varios folios a una persona célebre, mientras que a una persona anónima sólo le otorgan unas pocas líneas. No es posible la democracia cuando en un mismo auditorio un orador habla durante media hora, y otro orador sólo puede hablar durante medio minuto. La posibilidad de difundir sus ideas, de convertirse en medio, activa al ciudadano, lo convierte en *participante*. La ciudadanía pasiva de la Sociedad de la Información es pasiva, precisamente, porque sus mensajes se ven inutilizados o filtrados por los editores de los medios.

Con el tiempo los medios han pasado de ser gestores a propietarios del espacio simbólico: al bloquear sus redacciones –que son las autopistas por las que circula el conocimiento en la Sociedad de la Información– la única forma posible de protesta es la calle, es decir, la herramienta pretecnológica. En la Sociedad de los Ideantes el espacio público se reparte en dos polos definidos como un *espacio concreto* –delimitado por la ciudad– y un *espacio abstracto* –dimensionado por las redes–. Es en el espacio abstracto donde se producen las neomanifestaciones; la calle, como espacio limitado, sólo puede albergar a un número determinado de personas. En las redes, sin embargo, cualquier reivindicación puede ser secundada instantáneamente por millones de personas.

Otro de los grandes cambios es el concepto de actualidad, el cual domina temáticamente a los medios de la sociedad mediocéntrica. En la sociedad luminocéntrica se flexibiliza lo actual, se perfecciona: lo íntimo se hace colectivo, por decirlo así, el emisor ideante convierte en noticia un cuadro, una manzana, una canción, un hecho que ha presenciado esa mañana. El periodismo, entonces, se agrieta y deja paso a nuevas corrientes y lenguajes. El sabor de una cereza, por ejemplo, jamás ocuparía la portada de un medio de la Sociedad de la Información. Pero el sabor de una cereza en la Sociedad de los

Ideantes puede convertirse en la noticia más alabada, comentada y disfrutada del día. Por encima de cualquier suceso, comunicado institucional, catástrofe o reportaje de investigación.

Hoy en día encontramos que las NTIC representan la opción ciudadana, la esfera crítica o reflexiva, diferenciada por la posibilidad de la democracia directa y tendente a estimular la participación de las minorías sociales (Frankenberg, 2007:22), mientras que los medios de comunicación constituyen todavía el marco de representatividad simbólica que articula las percepciones sociales de una mayoría de la población. En la tensión entre ambas esferas se crea una relación de iguales donde aparece una *supercomunicación* que supera las barreras del simple *feedback* lineal de ida y vuelta. En este sentido podemos hablar metafóricamente del *remolino informativo* donde todas las informaciones se entrecruzan en un espacio limitado por una relación simbiótica que finalmente confluye en un punto preciso espacio-temporal. Aunque este punto no permanece estático, sino que se mantiene en constante movimiento: quizá es el dinamismo el único vector característico de este periodo. Salimos de una etapa, la de la Sociedad de la Información, y avanzamos hacia la Sociedad de los Ideantes. El fin de la primera etapa coincidirá con la masificación del desarrollo tecnológico, que a su vez incorporará un nuevo desarrollo identitario.

Con las páginas siguientes hemos intentado apuntalar los conceptos que intervienen o han intervenido en la construcción del espacio público contemporáneo, porque es una forma de explicárnoslo en un momento tan importante de resignificación colectiva.

Martín Oller Alonso y Daniel Barredo



Concepto de cultura y comunicación

EN NUESTRO ANÁLISIS el fenómeno comunicativo se engloba dentro de un contexto cultural que puede ser estudiado en diferentes niveles –intrapersonal, interpersonal, de grupos, de organizaciones e instituciones–. En primer lugar orientamos nuestro análisis hacia la capa más superficial formada por la cultura periodística y todas las estructuras de la información que la forman o tienen una relación directa o indirecta con ella. De este modo abordamos el concepto de cultura como un concepto flexible. Ya en los años cincuenta los antropólogos Kroeber y Kluckhohn (1952) enumeraron más de 164 definiciones del término cultura (en Hanusch, 2009:3). Quizás una de las definiciones que concuerda mejor con nuestro planteamiento sea la ofrecida por Samovar, Porter y Jain (1981:24-5) en la que afirman que comunicación y cultura son inseparables:

“Culture is the deposit of knowledge, experience, beliefs, values, attitudes, meanings, hierarchies, religion, timing, roles, spatial relations, concepts of the universe, and material objects and possessions acquired by a large group of people in the course of generations through individual and group striving. Culture manifests itself in patterns of language and in forms of activity and behavior that act as models for both the common adaptive acts and the styles of communication that enable us to live in a society within a given geographic environment at a given state

of technical development at a particular moment in time (...) Culture is persistent, enduring and omnipresent²”.

La cultura puede tener muchas y variadas formas, materiales y no materiales, pero lo que convierte a un hecho en cultural es que es comprendido por un pueblo o por un grupo determinado, que ha sido alcanzado a través de una experiencia compartida y pública. Park afirma que “la comunicación, es imprescindible en el proceso cultural, aunque no son lo mismo” (en Berganza Conde, 1999:68). La cultura, por tanto, incluye todo lo que es comunicable, cualesquiera que sean sus formas y símbolos. Las actitudes y los sentimientos, las costumbres y los modos de sentir, actuar o pensar de un grupo social, son los componentes esenciales de ese tejido de comprensión que llamamos cultura (Berganza Conde, 1999:68). Samovar, Porter y McDaniel (2009:10) confirman esta misma postura al decir que “los patrones culturales se refieren a las condiciones que contribuyen a la forma en que un pueblo percibe y piensa su mundo y a la manera en que viven en ese mundo”.

Incidir en la necesidad de acercarnos a la comunicación desde el ámbito cultural representa el análisis metodológico planteado por Martín Barbero (2001:228) que afirma que “la redefinición de la cultura es clave para la comprensión de su naturaleza comunicativa. Esto es, su carácter de proceso productor de significados y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también”. Por ello, vista desde este prisma epistemológico, la cultura aparece como un sistema de

² "La cultura es el depósito de los conocimientos, la experiencia, las creencias, los valores, las actitudes, los significados, las jerarquías, la religión, el tiempo, los roles, las relaciones espaciales, los conceptos del universo y los objetos materiales y posesiones adquiridas por un gran conjunto de personas en el curso de las generaciones. La cultura se manifiesta en patrones de lenguaje, actividades y comportamientos que actúan como modelos en actos de adaptación común a unos estilos de comunicación que nos permiten vivir en sociedad y en un determinado entorno geográfico con un determinado desarrollo técnico y en un momento en particular (...) la cultura es persistente, permanente y omnipresente”.

transformación, desarrollo, cambio social y autoconstrucción a través de la información y el conocimiento como experiencia acumulada sobre el entorno: objeto de la transformación y la autoproducción de la cultura como comunidad (Sierra Caballero y Suárez Villegas, 2000:22). Desde el punto de vista cultural, entonces, la comunicación parte de unas relaciones sociales como componentes centrales de la práctica social. Pasquali (1978:51-52) afirma al respecto que:

“el término comunicación debe reservarse al intercambio de mensajes a nivel antropológico entre agentes y pacientes humanos en acción auténticamente recíproca o dialogal, que incluye la elaboración y comprensión mental del mensaje. La información es igualmente un proceso de emisión de mensajes, pero guarda más bien afinidad con la categoría relacional de la causalidad. Por lo tanto, la comunicación o la relación de comunicación en estado puro puede definirse en los siguientes términos: comunicación es relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado total de reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”.

Las funciones que Park otorga a la comunicación en el proceso cultural son cuatro principalmente: 1) la comunicación crea, o al menos hace posible, ese consenso y comprensión entre los individuos que componen el grupo social que finalmente les proporciona el carácter, no solo de sociedad, sino de unidad cultural; 2) la comunicación establece el entramado de costumbres y expectativas mutuas que une a entidades sociales tan diversas como la familia, el sindicato o los regateadores de un mercado; 3) la comunicación mantiene el concierto necesario que permite el funcionamiento de la sociedad; 4) el grupo familiar, la organización laboral y el resto de las formas de sociedad, excepto las más pasajeras, tienen una historia y una tradición. Gracias a la comunicación se transmite esa tradición. De esta forma se asegura la continuidad de las empresas comunes y de las instituciones sociales día tras día y de una generación a otra (en Berganza Conde, 1999:68).

En la misma dirección Méndez Rubio (2003:57-59) afirma que la cultura nos remite a algo que (se) construye (según) la forma de nuestras relaciones, lo que supone tener en cuenta tres ideas fundamentales: 1) la primera es que la realidad social está hecha de construcciones y creatividad, es decir, no se trata de un hecho o conjunto de hechos en sí, sino que está conformada por una serie de procesos que se encuentran y desencuentran dialécticamente; 2) la segunda hace referencia al componente relacional, dialógico y pruilógico de la cultura. Es aquí donde la comunicación estrecha sus lazos con la cultura hasta su asimilación plena. Es decir, lo cultural se entiende como una forma de sacar el máximo partido a las posibilidades interactivas de las relaciones construidas a través de la acción y 3) la tercera idea remite al hecho de que hablar de cultura como práctica social conduce a afirmar que no hay cultura sin sociedad y que no hay grupo, ni sujeto social sin cultura(s) que lo constituya justamente como social.

Berganza Conde en su trabajo *Hacia una recuperación del pensamiento de los pioneros: el concepto de comunicación en la teoría sociológica de Park* de 1999, sintetizó las ideas de autores tan relevantes como Park (1864-1944) o Dewey (1859-1952) para los que la comunicación de una experiencia a otra persona implica la consideración de las experiencias del otro, un entendimiento común y una experiencia compartida. Esta experiencia común se convierte, gracias a la comunicación, en una existencia compartida, en la cual cada individuo de la sociedad, de la que es él mismo una parte, participa en mayor o menor grado (Berganza Conde, 1999:69). Summer incluyó todas estas convenciones, tradiciones, ceremoniales, lenguajes, rituales sociales y opinión pública en lo que el llamó *costumbres*, lo que los etnógrafos llaman *cultura* o Durkheim denominó como *representaciones colectivas*. De esta forma, la experiencia, después de ser comunicada, es decir, después de hacerla pública, no es la misma para cada uno de los que han participado en ella. Se convierte en algo distinto, con autonomía propia. Dewey, en la segunda década del siglo XX, en su trabajo *Democracy and Education* afirmó que “publicar o dar publicidad a un hecho es conseguir hacer de tal acontecimiento algo distinto de lo que era antes de ser publicado. Además, el acontecimiento publicado es también algo distinto de lo reflejado en la mente de los individuos a

quienes se dirige esa publicación³”. Algo que pasa a ser distinto porque se convierte en una fuerza social, en opinión pública, una opinión “compuesta” que no es la opinión de alguien en particular, sino que representa la tendencia general del público (en Berganza Conde, 1999:69).

³ Dewey, J. (1916). *Democracy and Education*. New York: The MacMillan Company (pp. 6-7). Recogido en Berganza Conde, M. (1999). *Hacia una recuperación del pensamiento de los pioneros: el concepto de comunicación en la teoría sociológica de Park* (pp. 69).



La opinión pública

LA IDEA de opinión pública actual se remonta a mediados del siglo XVIII, aunque ya anteriormente existían otros términos análogos como opinión común, opinión popular, voluntad general, *vox populi*, etcétera, que hacían referencias indirectas a la opinión pública. En el siglo XX investigadores como Scheler, Mannheim, Merton, Berger y Luckmann, entre otros, se interesaron por el estudio de la opinión pública. Ya en las últimas décadas del siglo pasado podemos hablar de importantes académicos e investigadores que aportaron su liderazgo en la materia. Las grandes tendencias (aunque existen otras muchas) podrían ser resumidas en primer lugar, en la perspectiva político valorativa de Habermas; en segundo lugar, en la antropológico social de Noelle-Neumann; y finalmente, en la sociopolítica funcionalista de Luhmann.

Según Dader (1992), la primera vincula la existencia del Estado democrático con la legitimación popular. Existe una larga tradición de reflexión sobre la comunicación gobernantes-gobernados, la libertad de expresión y las condiciones que la voluntad general de los gobernados precisa para considerar un sistema democrático. Esa corriente es normativa e idealista y con el racionalismo de la Ilustración da pie a la primera teoría de la opinión pública, la que

supone esta como opinión pública política y eficaz; el contrapeso del poder (Abreu Sojo, 1999). Habermas (1973:61) se expresa desde una postura ético-política, el deber-ser de una genuina opinión pública democrática. La opinión pública puede significar o una instancia crítica frente al ejercicio del poder político o social o una instancia receptiva de personas, instituciones, bienes de consumo y programas, denominando a esta expresión *ficción institucionalizada* que difícilmente puede identificarse en el comportamiento ciudadano con una magnitud real. Ante esta situación se abren dos caminos para definir la opinión pública: el primero de ellos enuncia a un público *raciocinante* dentro de un público meramente *aclamativo*; y el segundo presenta a una opinión pública que prescinde de los criterios de la racionalidad y se limita a los criterios institucionales (Abreu Sojo, 1999).

La segunda gran tendencia defiende un punto de vista antagónico. Está representada por Noelle-Neumann (1995), quien la vincula esencialmente con un proceso de formación de la opinión pública desde la perspectiva de su teoría de la espiral del silencio. Noelle-Neumann está entre quienes se autocalifican de realistas o pragmáticos, al entender por opinión pública un hecho social que merece ser descrito y analizado tal cual es o se muestra, no como debería ser. Debido a ello no establece valoraciones desde una perspectiva ideológica concreta. Considera la opinión pública como el conjunto de las manifestaciones comportamentales o simbólicas que reflejan las mentalidades y actitudes psíquicas de una colectividad, independientemente que se refieran a asuntos políticos, culturales o de cualquier otra índole. Para Noelle-Neumann (1995) los fenómenos de opinión pública están mucho más involucrados con cuestiones de tradiciones, valores sociales, prejuicios, modas y juicios colectivos de la vida cotidiana que con grandes polémicas racionales. La opinión pública sería la corriente central que en cada tema polémico se percibe como lo mejor visto o más dominante (Abreu Sojo, 1999).

La tercera concepción es la de Luhmann. Este teórico consideró la opinión pública como la estructura temática de la comunicación pública, una estructura común de sentido que permite una acción intersubjetiva en un sistema social, basándose en el acuerdo y reconocimiento general de unos temas habilitados como de interés general. El hecho de que unos temas sean reconocidos por

todos como importantes y el hecho de que todos (o potencialmente todos) sepan a qué se refieren –aunque discrepen en la concreción de las opiniones– conforma la opinión pública. En concreto este autor observa la opinión pública insertada en un proceso mucho más amplio; la estructura temática de la comunicación pública (en Berrio, 1995:36). Luhmann (1973) denomina *medio* a la opinión pública. Si el lenguaje es el medio compartido por una comunidad de hablantes en el que se reproducen unos contenidos particulares y cambiantes, la opinión pública es tan solo la tematización común que permite el diálogo político - social. Siguiendo a Lippmann (1964), Luhmann (1973) expresa que los sistemas sociales requieren mecanismos que reduzcan la complejidad mediante la puesta en común de algunas simplificaciones globalizantes; y ese es el fin de la opinión pública y en eso consiste el fenómeno que Luhmann (1973) describe como la imagen de un espejo, que no es otra cosa que la imagen reflejada de los propios observadores. El medio y las formas de la opinión pública no son más que la mirada autorreferencial que los protagonistas de la comunicación pública se dirigen a sí mismos y a sus actuaciones (en Abreu Sojo, 1999). De esta forma los sistemas psíquicos que participan en la comunicación son autorreferentes, cerrados en ellos mismos y mutuamente inaccesibles. Esto lleva a afirmar a Luhmann (1973: 122; 2000) que ninguna conciencia puede anexar sus operaciones a las de otra conciencia ya que perdería la conciencia de su autonomía respecto de los medios de expresión, como si la sustituyera.

2.1. La opinión pública y los medios de comunicación: las teorías normativas

Un análisis conjunto de los medios de comunicación y la opinión pública nos conduce al hecho de que cada país, cada sociedad, cada cultura y cada etapa histórica son particulares y específicos. Debido a esto los modelos presentados anteriormente difícilmente se dan en estado puro. Lo interesante a destacar en este punto es que la preponderancia de un estilo normativo puede tener consecuencias en la modelación de actitudes que conlleven una determinada ética pública, unos valores sociales y la conciencia ciudadana sobre los asuntos públicos (Abreu Sojo, 1999). Mcquail en su libro *Mass*

Communication Theory. An Introduction de 1983 afirma que las llamadas teorías normativas exponen ideas sobre cómo deben operar o cabe esperar que operen los medios de comunicación dentro del conjunto de circunstancias y valores imperantes. En la mayoría de los casos cada teoría está conectada a una forma concreta de teoría política o a un conjunto de circunstancias económico-políticas (Mcquail, 1983: 21).

De esta forma Mcquail (1983) continuó el trabajo comenzado por Sieber, Peterson y Schramm en los años cincuenta. A sus cuatro teorías sobre la prensa añadió posteriormente otras dos más. A continuación realizaremos un resumen de los principales postulados de cada una de ellas. En primer lugar encontramos la denominada por Siebert como *teoría autoritaria*. Esta ha resultado la más penetrante, tanto histórica como geográficamente. Fue adoptada casi automáticamente por la mayoría de los países cuando la sociedad y la tecnología se desarrollaron lo suficiente como para producir lo que hoy llamamos los medios de comunicación de masas (Siebert y Paterson, 1967: 17).

Se refiere en un primer momento a las normativas de la prensa vigentes en las sociedades principalmente monárquicas en las que la prensa estaba subordinada al poder del Estado y a los intereses de la clase dominante. En la actualidad también hace referencia a las sociedades abiertamente dictatoriales o represivas (Siebert y Paterson, 1967: 22) y puede extenderse a un conjunto mayor de normativas a la prensa y a los medios de comunicación donde se espera cierta neutralidad y determinada consideración de los medios de comunicación respecto al gobierno. Lo que caracteriza a esta teoría es la ausencia de una auténtica independencia de los periodistas y su subordinación a la autoridad estatal (Siebert y Paterson, 1967: 27). La ideología del grupo dominante (hegemónica) podría ser incluida dentro de este grupo. Al respecto Young (1995: 14) establece que el consenso debe ser la base de la acción política en los países democráticos ya que en ellos las opiniones de la mayoría ejercen el control pero que, sin embargo, las minorías reciben protección, de tal forma que la discusión política democrática debe suponer un acuerdo entre todas las partes.

En segundo lugar para comprender la teoría de la libertad de prensa –rebautizada posteriormente como la *teoría liberal* por Siebert, Peterson y Schramm– debe conocerse la filosofía básica del liberalismo desarrollada en los siglos XVII y XVIII como base de los principios que rigen la prensa bajo los gobiernos democráticos (Siebert y Paterson, 1967: 52). Esta transición de los principios autoritarios a los libertarios en el siglo XVIII se llevó a cabo gracias a la significativa influencia de Milton en el siglo XVII, Erskine y Jefferson en el XVIII y Stuart Mill en el XIX (Siebert y Paterson, 1967: 56). En las sociedades basadas sobre principios libertarios, el estatus de la prensa se convierte en un problema de adaptación a las instituciones políticas democráticas y al modo de vida democrático (Siebert y Paterson, 1967:63). En su forma más elemental esta teoría se limita a prescribir que cada individuo debe tener libertad para publicar lo que guste y, en ese sentido, es una extensión de otros derechos: libertad de opinión y de expresión y el derecho a reunirse y a asociarse con otras personas (McQuail, 1983: 106). Más recientemente Hallin y Mancini (2004) bajo el nombre de modelo del atlántico norte, modelo angloamericano o modelo liberal han afirmado que este modelo liberal ha sido tratado a lo largo de la historia de forma más coherente y unitario de lo que en realidad es.

Existen diferencias entre Estados Unidos (donde el modelo liberal existente es el más puro), y Gran Bretaña donde el conservadurismo estatal, el corporativismo liberal y la democracia social han sido más fuertes que en Estados Unidos. Canadá e Irlanda son otros dos ejemplos que mantienen diferencias a pesar de considerarse ambos como ejemplos de sistemas liberales. En todos ellos ha dominado un estilo de periodismo informativo en el que se han mantenido fuertes las tradiciones de neutralidad política. En ellos la profesionalidad periodística se ha desarrollado de forma relativamente importante (Hallin y Mancini, 2004: 181). Podemos concluir este punto tomando prestadas las palabras de Abreu Sojo (1999) al afirmar que “el modelo es el correlato del liberalismo económico aplicado al dominio de las ideas políticas y su sistema derivado es esencialmente privado, con el tiempo derivando en la concentración debido al alza de los costos y otros fenómenos”.

La tercera teoría, la teoría de la responsabilidad social, tiene sus orígenes en una iniciativa norteamericana: la Comisión sobre la Libertad de Prensa (Hutchins, 1947, en McQuail, 1983: 110). Según Paterson (1967) el siglo XX trajo un cambio gradual de las ideas libertarias y comenzó a surgir la llamada teoría de la responsabilidad social de la prensa. Esta teoría brinda una premisa básica: la libertad implica obligaciones correlativas; y la prensa, que goza de una posición privilegiada bajo un gobierno, está obligada a ser responsable frente a los ciudadanos ya que lleva a cabo ciertas funciones esenciales de comunicación de masas en la sociedad contemporánea (Siebert y Paterson, 1967: 89). Paterson (1967) formuló las funciones de la prensa de acuerdo a esta teoría que básicamente eran las mismas que las de la teoría libertaria pero con otra determinada interpretación en algunos casos. Se llegaron a atribuir seis tareas a la prensa: 1) servir al sistema político brindando información, discusión y debate sobre los asuntos públicos; 2) ilustrar al público para capacitarlo en el auto-gobierno; 3) proteger los derechos del individuo actuando como perro guardián contra el gobierno; 4) servir al sistema económico, acechando principalmente a los compradores y vendedores de bienes y servicios mediante los avisos de publicidad; 5) brindar entretenimiento y 6) mantener su propia auto-suficiencia financiera para librarse de las presiones de los intereses especiales (Siebert y Paterson, 1967: 89-90). Al respecto McQuail (1983: 111) recuerda que la teoría tiene que reconciliar la independencia con las obligaciones hacia la sociedad y por ello debe hacer especial hincapié en que los medios de comunicación realicen funciones esenciales para la sociedad, especialmente en relación con la política democrática.

Los medios de comunicación deben aportar una plataforma de intercambio entre las distintas opiniones. Tienen, además, que compatibilizar su independencia con sus obligaciones para con la sociedad; sus actividades deben transparentarse y explicarse hasta ciertos niveles técnicos. Se trata de conseguir que el público obtenga mecanismos de defensa frente al poder de la comunicación. Quien tenga algo que decir debe de poder hacerlo: los medios de comunicación son controlados por la opinión pública, los consumidores organizados y la ética profesional (Abreu Sojo, 1999).

Como hemos visto la teoría de la responsabilidad social intenta reconciliar tres principios un tanto divergentes: el de la libertad y la elección individual; el de la libertad de los medios de comunicación y el de los deberes de los medios de comunicación con la sociedad (McQuail, 1983: 111).

La cuarta teoría es la llamada por Schramm *teoría comunista soviética* (Siebert, Peterson y Schramm, 1956). Es definida como aquella en la que la prensa funciona como una herramienta dependiente del poder central. La propiedad de los medios es estatal y no existe el afán de lucro. Esto lleva a que la labor periodística esté determinada en todo momento por los designios del partido. Esta teoría deriva de los postulados fundamentales de Marx y Engels y de las directrices elaboradas por Lenin (McQuail, 1983: 113). Las ideas más importantes son: 1) la clase obrera detenta el poder en la sociedad socialista y tiene que controlar los medios de producción intelectual; 2) las sociedades socialistas son o aspiran a ser sociedades sin clases y en consecuencia carecen de lucha de clases. De ahí que la prensa no tenga por qué estar organizada en función de los enfrentamientos políticos; 3) la prensa tiene un papel positivo que desempeñar en la formación de la sociedad y en la marcha hacia el comunismo, lo que quiere decir que los medios de comunicación cumplen con un cierto número de funciones importantes en la socialización, el control social informal y la movilización en favor de metas económicas y sociales planificadas; 4) el marxismo presupone la existencia de unas leyes objetivas de la historia y, por lo tanto, de una realidad objetiva que la prensa debe reflejar y 5) la teoría general del estado soviético exige a los medios de comunicación que se sometan al control último del aparato del Estado y que se integren en los demás organismos de la vida política (McQuail, 1983: 113-114). El sistema de comunicación es solo un elemento más de todo el medio ambiente que rodea al individuo y que constantemente lo está impulsando a aceptar y a trabajar por el éxito del sistema (Abreu Sojo, 1999).

La quinta teoría desarrollada exclusivamente por McQuail (1983) como evolución de las anteriores es la *teoría desarrollista de los medios de comunicación*. El autor denomina así a un conjunto de proposiciones que comienzan a tomar cuerpo con las reuniones de la

Unesco sobre política y planificación de la comunicación, partiendo de la base de que es necesario basarse en el desarrollo como tarea nacional primordial, tarea a la cual todas las instituciones deberían estar sometidas (en Abreu Sojo, 1999). El punto de partida de la teoría desarrollista de los medios de comunicación es la existencia de determinadas condiciones comunes a los países en vías de desarrollo que limitan la aplicación de las otras teorías o bien reducen sus beneficios potenciales (McQuail, 1983: 115-116). McQuail (1983: 117-118) formula las líneas en las que se desarrolla esta teoría en: 1) los medios de comunicación deben aceptar y llevar a cabo concretas tareas desarrollistas en conformidad con la política nacional establecida; 2) la libertad de los medios de comunicación deberá limitarse en razón de las prioridades económicas y las necesidades del desarrollo de la sociedad; 3) los medios deben dar prioridad en su contenido a la cultura y las lenguas nacionales; 4) los medios de comunicación deben dar prioridad, en cuanto a noticias e información, a los lazos con otros países en vías de desarrollo, geográfica, política o culturalmente próximos; 5) los periodistas y demás trabajadores de los medios de información tienen deberes así como libertades en sus tareas de recoger la información y difundirla; y 6) para favorecer los objetivos del desarrollo, el Estado tiene derecho a intervenir en las actividades de los medios de comunicación o ponerles límite, lo que justifica los instrumentos de censura, las subvenciones y el control directo.

La última teoría desarrollada por McQuail (1983) es la llamada *teoría democrático-participativa de los medios de comunicación*. Esta teoría comparte elementos con el modelo desarrollista (McQuail, 1983: 118), pero se localiza principalmente en sociedades desarrolladas, mezclando elementos del liberalismo, la utopía, el socialismo, el localismo y lo ecológico (en Abreu Sojo, 1999). Su propósito es el de una mayor implicación en la vida social y mayor control del usuario, ofreciendo oportunidades de acceso y participación a través de las nuevas tecnologías de comunicación, cuyo máximo desarrollo sería Internet. Un estímulo fundamental ha sido la reacción contra la comercialización y el *monopolismo* de los medios de comunicación de propiedad privada y contra la centralización o burocratización de las instituciones públicas de radiodifusión (McQuail, 1983: 118).

Podemos concluir diciendo que el punto central de la teoría democrático-participativa radica en las necesidades, los intereses y las aspiraciones del receptor dentro de una sociedad política (McQuail, 1983: 119).

2.2. La evolución de las teorías normativas, la opinión pública y el discurso informativo en las últimas dos décadas

Los estudios desarrollados por Siebert, Peterson y Schramm (1956) y más tarde por McQuail (1983), facilitan el análisis de los medios y de sus discursos mediante el rastreo de sus propiedades en los modelos propuestos. La evaluación de las teorías normativas de la prensa nos lleva a la constatación del cambio espectacular registrado en algunos de los conceptos de las comunicaciones de masas en las dos últimas décadas. Estas variaciones están poniendo a prueba todos los conceptos y teorías que hasta ahora han sido desarrollados dentro de las Ciencias Sociales, la comunicación, los medios de comunicación y el periodismo. La transformación global de los medios con la aparición de los grandes conglomerados internacionales, la multiplicación de las formas o los tipos de medios de comunicación y el debilitamiento de los medios y servicios informativos estatales de carácter público están llevando a los científicos a (re)plantearse todas las estructuras teóricas expuestas hasta nuestros días. McQuail (1994: 132) concluyó en uno de sus importantes trabajos que el intento por formular teorías de la prensa consistentes está condenado al fracaso ya que en la mayor parte de los países los medios no constituyen ningún sistema singular, con un solo propósito o filosofía, sino que están compuestos de muchos elementos distintos, que coinciden en parte y que con frecuencia son inconsistentes, con apropiadas diferencias de expectación normativa y de regulación actual.

Luhmann (2000), basando su trabajo en Durkheim y Parsons, afirmaba que las teorías tienen que incrementar su complejidad, selectividad y contingencia que requiere el modelo de sociedad. Para que sea funcional debe diferenciar los sistemas sociales: político, legal, económico, educativo, etcétera, ya que cada uno cumple una función específica y esencial dentro del orden social (en Hanitzsch, 2005). Como señala McQuail (1983: 29) existen razones para dudar sobre el hecho de considerar a los medios de comunicación como algo aparte

de la sociedad ya que existe una enorme colección de mensajes, ideas e imágenes, en gran parte no originados en los mismos medios que proceden de la sociedad y que resultan rebotados hacia ella misma. Por tanto no es fácil decir cuándo, en cada caso, es adecuado considerar que los medios son la causa única y suficiente de un efecto social específico dada la serie de circunstancias y formas de distribución y recepción que definen su actividad.

Parafraseando a Abreu Sojo (1999), podríamos en este punto debatir sobre el papel que pueden tener en la actualidad los medios de comunicación en la formación de la opinión pública a partir de dos vertientes: los medios de comunicación pueden tener consecuencias involuntarias o voluntarias. En este último caso, podemos plantear si el mensaje es planificado y deliberado dentro de una jerarquía de valores sociales y en la existencia de una conciencia crítica; o por el contrario puede ser planteado en un sentido negativo, potenciando los antivalores, principalmente a través de los contenidos de entretenimiento, la *espectacularización* o la manipulación de la opinión pública a través de la información dirigida.

2.3. La opinión pública y la opinión publicada

Tras lo expuesto anteriormente podemos ver cómo un sistema democrático requiere de un constante conocimiento de la opinión pública. Pero como afirma Reynié (1995: 181), esta opinión pública posee dos aspectos divergentes. Podemos hablar de opinión compartida que es la opinión de la mayoría de las personas y de la opinión publicada que es la que los medios (re)crean a partir de la primera.

De esta forma según Tuesta Soldevilla (1997), la opinión pública es una noción cualitativa, es una opinión pública autorizada, es una opinión pública que se publica. Incluso para algunos autores la opinión pública es la de una minoría que tiene medios específicos y directos para hacerse oír por el público. La opinión pública es una dimensión del poder político. En esta medida los medios de comunicación pueden desempeñar un papel reforzador de la legitimidad o cuestionador de la misma pero –como continúa este autor–, debe aclararse y distinguirse entre opinión pública y opinión

privada. Mientras que la primera incide en los temas de interés público, la segunda hace referencia a las opiniones de los particulares. De esta manera aunque un particular tenga una relevancia política o social (ej. un columnista de prensa) y publique sus opiniones, estas no pasan a ser la “opinión pública”. Sí que puede representar una corriente de opinión, aunque no toda opinión publicada es representativa de una corriente de opinión. A la inversa: no todas las corrientes de opinión de una sociedad tienen que verse necesariamente reflejadas en opiniones publicadas en los medios de comunicación.

Definitivamente consideramos que hay que contextualizar la opinión pública dentro de la Sociedad de la Información, como un modelo distintivo desarrollado a partir de la sociedad industrializada de los siglos anteriores. Por ello la base para la comprensión de las nuevas realidades mediáticas y sociales actuales, debe ser construida dentro de un marco referencial basado en el análisis exhaustivo del sistema actual y de la evolución del sistema anterior, de forma que podamos determinar el porqué de la naturaleza de la información actual. A través del análisis de la esfera pública, buscamos comprender el patrón de desarrollo social existente dentro de las sociedades actuales, formadas bajo un modelo *multivarietal* con base en la Sociedad de la Información. Daremos paso al siguiente punto con las palabras de Masuda (1990:15) que afirma que “los patrones de desarrollo de las sociedades humanas pasadas, pueden ser usados como modelos históricos analógicos para futuras sociedades”.

La esfera pública

HABERMAS, EN SU TRABAJO *The Public Sphere* de 1974, conceptualizó el término de esfera pública entendiéndola en primer lugar como un dominio de nuestra vida social en el que puede formarse la opinión pública abierta a todos los ciudadanos. Se constituye parte de ella en cada conversación privada llevada a cabo en público: los ciudadanos actúan como público cuando se ocupan de los temas de interés general sin ser coaccionados. Esta noción construye unas reuniones y unas asociaciones libres, al mismo tiempo que recoge la capacidad de expresar y hacer públicas las opiniones individuales al margen de las opiniones de las autoridades (Habermas, 1974: 352). Según aclara Fraser (2007: 16) la esfera pública conlleva un ideal de discusión racional sin restricciones sobre cuestiones públicas; la discusión debe estar abierta y accesible a todos, puesto que los intereses meramente personales se consideran inadmisibles, las desigualdades de estatus han de ser puestas a un lado con lo que los involucrados en la discusión debaten como iguales.

Podemos hablar también de esfera pública política (diferente a otras dentro de la sociedad) cuando estas discusiones y debates llevados a cabo por los ciudadanos se refieren a asuntos relacionados con el Estado. El poder del Estado, basado en la idea de estado democrático de masas, debe racionalizar su poder centrándose en un punto intermedio entre los medios de discusión pública y los privados individuales (Habermas, 1974: 355). A la esfera pública como intermediaria entre el Estado y la sociedad, una esfera en la que se forma el público como el vehículo de la opinión pública, a esa esfera

pública, precisamente, corresponde el principio que hubo de arrebatarse una vez a la política del secreto de los monarcas y que ha permitido desde entonces el control democrático de la actividad del Estado (Habermas, 1974: 351). Por este motivo, los conceptos de esfera pública y de opinión pública tomaron especial relevancia a partir del siglo XVIII. Derivan su significado específico de una situación histórica particular. Pero para aclarar y profundizar sobre este término, en el siguiente punto y siguiendo a Habermas, realizaremos un análisis de la evolución histórica de la esfera pública.

3.1. La esfera pública y su historia

Habermas (1974) en *The Public Sphere* al analizar la evolución del concepto de esfera pública concluyó que en Occidente los primeros pensadores sociales y políticos ya en la Grecia clásica distinguían entre lo público y lo privado. Por el contrario no hay datos concluyentes –siguiendo a Habermas– de que durante la Edad Media existiera en la sociedad europea una esfera pública distintiva de la esfera privada. Sin embargo sí parece claro que durante la etapa del simbolismo soberano (siglos XV y XVI) se considerara el concepto de lo público a partir de la publicidad representativa que las altas figuras públicas demostraban como personificaciones de dominio y autoridad. A lo largo del tiempo este origen ha asociado lo público con una representación del poder. Hasta el reciente desarrollo democrático se ha mantenido ese poder representativo si bien, a pesar de todo, todavía hoy en día la autoridad y el poder político demandan una fuerte presencia en lo público (Habermas, 1974: 351).

El desarrollo del capitalismo mercantil en el siglo XVI trajo a la Europa moderna unas nuevas representaciones de poder gestionadas en Estados y en naciones así como la aparición de una nueva esfera basada en la autoridad pública. Al mismo tiempo los ciudadanos comenzaron a reagruparse como sociedad civil y principió una nueva actividad socioeconómica de carácter privado en el seno de la autoridad pública. En este contexto puede entenderse la aparición de la esfera pública burguesa comprendida como una esfera privada ensamblada dentro del cuerpo público. En este punto se detiene Thompson (1995: 3) para aclarar que el surgimiento de la esfera pública burguesa estuvo marcado por dos hechos: en primer lugar el

desarrollo de la prensa periódica y el segundo fue el desarrollo de una variedad de nuevos centros de sociabilidad⁴ en los pueblos y ciudades desde los inicios de la Europa moderna. Pero el paso decisivo se produjo en Inglaterra a principios del siglo XVIII, cuando el Parlamento limitó el poder real. Gracias a esta iniciativa se consolidó la esfera pública burguesa, mediante una paulatina desaparición de la censura y del control político. En este período aparecieron un gran número de nuevas publicaciones periódicas y el número de locales y cafés aumentó considerablemente.

En las primeras constituciones modernas los derechos fundamentales eran una imagen perfecta del modelo liberal de esfera pública: garantizaban una sociedad como una esfera privada autónoma y restringían la autoridad pública a tan solo unas pocas funciones. Habermas (1974) también dejó claro que la esfera pública burguesa no se mantuvo durante mucho tiempo debido a la disolución progresiva de la separación entre Estado y sociedad civil, a la desaparición y cambio de las instituciones que proporcionaban un fórum a la esfera pública burguesa y a la evolución de la prensa periódica hacia un modelo basado en el comercio y en la empresa comercial. En Inglaterra, Francia y Estados Unidos el paso de un periodismo de convicción a uno comercial comenzó aproximadamente hacia 1830, llevando al periodismo a un cambio de modelo enfocado a intereses privados (en Thompson, 1995: 7-8).

Con la disolución de la esfera pública burguesa, las sociedades modernas tomaron un carácter casi feudal (*refeudalization*) en el que los medios de comunicación dotaron a la autoridad pública a través de la publicidad (*publicity*) del prestigio anteriormente otorgado a las figuras reales. A través de este proceso evolutivo en los siglos XIX y XX se produjo una radical transformación de la naturaleza de la vida pública (Habermas, 1989: 41-42). Pero como afirmaba Habermas (1989), la esfera pública burguesa expresaba ciertas ideas y principios que se mantienen hoy en día. Su idea principal al respecto hace referencia al principio crítico de la publicidad (*critical principle of publicity*) que explica

⁴ Desde mediados del siglo XVII estos centros incluían salones y cafés reconvertidos en lugares de discusión. En esos ambientes las élites instruidas podían interactuar entre sí al mismo nivel que la nobleza.

que las opiniones personales de los individuos privados pueden desarrollarse en el medio de una opinión pública a través de un proceso de debate racional-crítico abierto a todos y libre de dominación (Habermas, 1974: 354). Basándose en lo anteriormente mencionado la concepción habermasiana de esfera pública se inserta dentro de la noción del bienestar social en las democracias; en ella el poder se racionaliza a través de la discusión pública producida en los medios a partir de opiniones individuales de carácter privado. Esta idea, sin embargo, amenaza con desintegrarse en la actualidad debido a los recientes cambios de mercado y a la gestión de los medios. El problema de esta concepción es que se corresponde solo en parte con las clases de comunicación establecidas por los medios de comunicación y, por lo tanto, se corresponde también solo en parte con la clase de esfera pública que los medios de comunicación han contribuido a crear (Thompson, 1990: 119-120). La esfera pública resulta de gran relevancia en los procesos democráticos actuales ya que las democracias requieren de ciudadanos activos, porque como señalaba Mill (1997: 406) “con mucho gusto los gobernantes convertirían a sus súbditos en un rebaño de ovejas dedicadas únicamente a comer pasto una al lado de otra”. No olvidemos que las ideas sobre la esfera pública, tanto de Habermas (1974) como de Thompson (1990), siguen siendo desarrolladas y debatidas en la actualidad por otros muchos académicos, por lo que esto nos muestra el carácter plausible, flexible y dinámico del concepto de esfera pública.

3.2. Repensando la esfera pública

La teoría llevada a cabo por Habermas (1974), a través de la cual nosotros hemos realizado esta síntesis de la evolución histórica de la esfera pública, no queda exenta de críticas como bien afirmó Thompson (1990). A pesar de la penetrante visión histórica de la cultura política de los inicios de la Europa moderna con una aguda perspectiva crítica sobre la degradación de la vida pública en nuestras sociedades actuales, Habermas (1974) olvidó algunos otros aspectos: 1) la significación de otras actividades y discursos públicos aparte del de la esfera pública burguesa que tuvieron lugar en los siglos XVII, XVIII y XIX en Europa; 2) la esfera pública burguesa no estuvo solo restringida a las élites instruidas y propietarias, sino limitada además a

un coto predominantemente masculino; 3) el proceso de recepción es una actividad mucho más complicada y creativa de lo que supusieron los teóricos de la Escuela de Frankfurt y por lo tanto requiere un enfoque más contextualizado y 4) la teoría de la democracia, influenciada por las ideas de la esfera pública burguesa, podría ser desarrollada y aplicada a las condiciones de las sociedades modernas (Thompson, 1990: 238).

Autores como Landes, Ryan y Eley han realizado una revisión de los escritos de Habermas sosteniendo que idealizó la esfera pública liberal (en Fraser, 1992: 11). Para Landes (1988), el eje de la exclusión está en el género. Contrapone la cultura de los salones –que considera espacios públicos situados dentro de la esfera pública absolutista–, a la idea rousseauiana tendente a una estricta separación de esferas y de papeles para cada sexo. No debemos olvidar que esta última versión ha sido criticada por ser excesivamente reduccionista y hoy en día los estudios actuales tienden a abandonar una lectura lineal de la progresiva exclusión femenina de lo público (Bolufel Peruga, 2003: 31). Eley (1996), al hilo de Landes (1988), sostuvo que las operaciones de exclusión fueron esenciales para las esferas públicas liberales en Francia, Inglaterra y Alemania: en estos tres países las exclusiones de género fueron relacionadas con otras exclusiones enraizadas en los procesos de la formación de clases. Según la autora en estos países la esfera pública liberal fue alimentada por la sociedad civil donde las nuevas asociaciones y círculos sociales aparecieron durante la época denominada a posteriori *la edad de las sociedades*. Ryan (1990) completa el análisis en torno al género afirmando que en el caso de las mujeres burguesas de élite, se construyó una contra-sociedad civil de asociaciones voluntarias alternativas de mujeres, incluyendo sociedades filantrópicas y de reforma moral. El estudio de Ryan (1990) demuestra que, aún en ausencia de una incorporación política formal a través del voto, hubo tanto una variedad de vías para acceder a la vida pública como una multiplicidad de escenarios públicos. En ese caso la perspectiva de que las mujeres fueron excluidas de la esfera pública resultó ser de carácter ideológico; se fundamentaba en una noción de la publicidad sesgada por valores de clase y género, una noción que aceptaba acríticamente la afirmación de que el público burgués era el único público válido. De hecho la

historiografía de Ryan (1990) demuestra que el público burgués nunca fue el único. Al contrario, casi contemporáneamente con la constitución del público burgués, surgieron una plétora de contra-públicos rivales, incluyendo públicos nacionalistas, públicos campesinos populares, públicos de mujeres de élite y públicos proletarios. Luego entonces existieron diferentes públicos compitiendo entre sí desde los inicios, y no solamente en la parte final del siglo XIX y en el siglo XX, como se entiende desde la concepción de Habermas (Fraser 1992: 11).

Esta revisión que hemos realizado demuestra en cierto modo cómo la concepción burguesa de la esfera pública descrita por Habermas (1974) requiere de una revisión constante para una correcta adecuación a los límites democráticos actuales. Por ello, según Fraser (1992: 3), en primer lugar, una concepción adecuada de la esfera pública requiere no simplemente poner entre paréntesis las desigualdades sociales sino incluso su eliminación; en segundo lugar una multiplicidad de públicos es preferible a una sola esfera pública, tanto en las sociedades estratificadas como en las igualitarias; en tercer lugar una concepción viable de la esfera pública debe aceptar no la exclusión sino la inclusión de intereses y temas señalados como privados por la ideología burguesa y masculinista y tratados como inadmisibles; y finalmente una concepción defendible debe darse lugar tanto en los públicos fuertes como en los públicos débiles. A partir de los distintos elementos expuestos hasta ahora, pensamos que podemos llegar a tener una mejor y más formada idea de la concepción posburguesa.

3.3. La transformación estructural de la esfera pública

El concepto de esfera pública ya fue acuñado por Habermas (1974) como un elemento básico y fundamental con la entrada de la modernidad y su desarrollo en las democracias. A partir de este punto podemos atestiguar que la comunicación pública es el corazón del proceso democrático. Los ciudadanos adquieren equidad en el acceso a la votación y lo que ello significa; igualdad de acceso también a las fuentes de información e igualdad de oportunidades para participar en el debate y en las decisiones políticas (Garnham, 1990: 357). Este autor sostiene que poseemos unas estructuras de la comunicación

pública y de las instituciones que nosotros construimos, encargadas estas de distribuir formas simbólicas de consumo y que están siendo sometidas a un profundo cambio. Este cambio se caracteriza por un reforzamiento del mercado y la progresiva destrucción del servicio público como el modo preferente para la asignación de recursos culturales (Garnham, 1990: 358). Como consecuencia debemos ser leales al modelo de los medios de comunicación como servicio público puesto que desarrollan sus prácticas comunicativas basadas en un conjunto de relaciones sociales que son claramente más políticas que económicas e intentan aislarse en todo momento del control estatal (Garnham, 1990: 359).

Sin embargo este viejo dominio de la clásica estructura estatal y territorial delimitada por los medios de comunicación está llegando a su fin. Esta idea de esfera pública unificada ha quedado obsoleta (Keane, 1995: 366). Según Keane (1990: 366) la esfera pública “surge en diferentes ambientes de tamaños variables dentro de la sociedad civil y los estados, basada en la fuerza de los intereses creados, (...) siendo la esfera pública un tipo particular de relación entre dos o más personas interconectadas (...), que nunca aparece de manera pura y raramente sola”. Debido a esta marcada heterogeneidad, Keane (1990: 367) distingue entre *micro-public sphere* en la que unos cientos de miles de personas interactúan dentro de un nivel sub-nacional; *meso-public sphere* que normalmente comprende varios millones de personas que interactúan dentro del marco nacional-estado; y *macro-public sphere* que suele abarcar cientos de millones e incluso más personas enredadas en discusiones globales y supra-nacionales a nivel global. De esta forma se debería analizar cada una de ellas estudiándose las implicaciones y las influencias que acarrear dentro de la teoría política para llegar a conocer los roles de la esfera pública en las democracias.

Lo que nos queda claro es el concepto plural que existe en la actualidad del concepto de esfera pública. En la actualidad parece inadecuado asociar el concepto de esfera pública al modelo de servicio público dentro de un ámbito geográfico y político (Keane, 1990: 366). Ya que la esfera pública puede desarrollarse de diferentes modos dentro de una sociedad civil o Estado, incluyendo territorios enemigos o mercado de consumidores, dentro de las distintas fuerzas de poder que se desarrollan dentro de un Estado-nación o a nivel

global. Hoy en día es común hablar de esferas públicas transnacionales, de esferas públicas islámicas, de esferas públicas diaspóricas e incluso de una emergente esfera pública global (Fraser, 2007: 7). El punto más claro al respecto para Fraser (2007: 8) es el referido a la influencia de los medios de comunicación en este proceso: gracias a ellos las personas y las distintas sociedades ven incrementados sus espacios discursivos que cada vez más desbordan los límites nacionales. Otros académicos como Bowen (2004), Guidry y col. (2000), Mules (1998), Olesen (2005), Stichweh (2003), Tololyan (1996), Volkmer (2003) o Werbner (2004) han tratado de identificar las esferas públicas intentando dibujar los distintos espacios y flujos de significados, imágenes y signos en sus estudios culturales. Todo esto nos muestra la plausibilidad de la idea de una nueva esfera pública transnacional (en Fraser, 2007: 8).

3.3.1. La esfera virtual

Este apartado supone el punto de inflexión en el que pueden ser desarrollados otros campos de investigación, ya que las nuevas tecnologías están generando de forma constante otras formas de interacción, comunicación e intercambio de información donde puede producirse el debate público. Desde la aparición de la imprenta han pasado varios siglos hasta conseguir que la información pueda ser compartida a nivel global de forma rápida y eficaz. Es la primera vez en la historia en la que se ha conseguido esto y ha llevado a los investigadores a disertar sobre la denominada democratización de la información. Algo que hasta ahora no han conseguido los medios de comunicación tradicionales, tal y como ratifica Papacharissi (2002: 379) al afirmar que nos hallamos ante “la utópica retórica que rodea la promesa de los medios de comunicación como promotores de la democratización de la sociedad post-industrial”.

Domingo, Quandt, Heinonen et al. (2008) en un importante estudio observaron que, técnicamente, los cibermedios tendían a restringir la participación de sus usuarios. Pero los usuarios disponen ya de páginas como *Facebook*, *Tuenti*, *Twitter*, etc., a través de las cuales se constituyen como productores y distribuidores de la información: los cibermedios, en ese sentido, se ven forzados a aceptar la copropiedad del nuevo espacio público. Es por ello que *se impone* la

opinión mayoritaria: en determinados casos el silencio mediático acaba resquebrajado ante la popularidad y la insistencia de la opinión colectiva, hasta el punto de alterar el funcionamiento de las instituciones⁵. Por ahora la opinión articulada a través de las redes sociales oscila en el eje de la *autenticidad*: tanto emisores como receptores suelen compartir un patrimonio afectivo común, por lo que los mensajes connotan a menudo una implicación afectiva que refuerza la credibilidad. Pero son los medios de comunicación los emisores que *legitiman* la opinión dispensada al margen, a través de los cuales se institucionaliza simbólicamente dicha opinión.

La presión que ejercen los ciudadanos a través de las redes sociales, por tanto, desborda el simbolismo referencial aceptado por los gestores de la información mediante el influjo de tendencias mayoritarias articuladas interpersonalmente. La presión canalizada produce, entonces, lo que podríamos denominar como un *efecto impositivo o de filtrado*: con el fin de mantener vigente la legitimidad democrática, los medios se infectan de la voluntad ciudadana, la incorporan como anticuerpos a sus emisiones.

En una primera fase de aproximación algunos autores advertían del riesgo de control de la red por unas pocas empresas del mercado de la comunicación. Este análisis preliminar suponía una colectividad pasiva y un freno del desarrollo democrático; o en palabras de Young (1997: 73), la continuación de un sistema mercantilista que excluiría a las clases menos favorecidas incrementando la polarización entre la población. Sin embargo la participación social generalizada ha originado una explosión política

⁵ En este trabajo avanzamos algunas ideas que explicaremos más detenida y específicamente en trabajos posteriores. Una de las instituciones que está más desconcertada ante la reordenación del espacio público actual es la Casa Real española. Acostumbrada a figurar entre los tabús habituales de los periodistas (Barredo, 2011), la irrupción de la comunicación interpersonal a través de las redes sociales ha erosionado en parte su significación tabú. En 2012, por primera vez en la historia del reinado, el rey Juan Carlos pidió disculpas a sus súbditos ante el filtrado de unas fotografías en las que posaba como cazador: fue la insistencia de la esfera pública virtual la que impulsó su inclusión temática dentro de los medios informativos tradicionales (Torres, 2012, 16 de abril).

de grupos y ciberactivistas que refleja la innovación introducida por los usos de las nuevas tecnologías (Papacharissi, 2002: 379). Son las instituciones y las organizaciones las que parecen confusas ante la pérdida identitaria que ha supuesto la poderosa irrupción de Internet en el espacio público. Es un cambio que afecta, antes de nada, al *cómo se dice*, con la reordenación de las estrategias de aproximación: Gurevitch, Coleman y Blumler (2009: 176), al analizar los cambios en los medios audiovisuales, ensalzan la preferencia por una apariencia de espontaneidad frente a la rigidez de las declaraciones didácticas; una tendencia que, en buena medida, parece haber sido influenciada por el discurso interactivo inherente a la red. Pero también afecta al *qué se dice*: en la Wikipedia, por ejemplo, una enciclopedia creada y mantenida por sus usuarios, Carlos Elías Pérez (2010: 47) ha notado que la entrada de Madona, la cantante, es más abultada que la de Aristóteles, el filósofo, lo que para este investigador refleja un desplazamiento de las jerarquías del conocimiento.

Es decir la democratización reasigna los significados y los significantes: el canon, hasta ahora impulsado por un grupo de expertos en una materia, lo modelan mediante sus contribuciones potencialmente todos los usuarios de la red, que en el futuro serán potencialmente todos los ciudadanos. En el trasvase empresarial – quizá más evolucionado que el informativo o el ideológico– Graham (1998: 2-4) mencionaba ya hace más de una década la existencia de las llamadas “*ciudades virtuales*” en contraposición de las “*ciudades reales*”. En el tejido social contemporáneo los límites entre la dicotomía realidad / virtualidad cada vez parecen más borrosos. La participación ciudadana a través de las redes, según la calificación clásica, sería “*virtual*”, pero como hemos visto anteriormente su influencia ha impactado ya a las primeras instituciones del Estado, de una forma nunca antes conseguida por los medios tradicionales. Y a medida que el uso de Internet penetra en todas las capas sociales, el impacto será por consiguiente mayor. En ese sentido auguramos, a modo de conclusión prospectiva general, la reconfiguración del espacio público en dos esferas separadas únicamente por su grado de materialización: el espacio concreto o material, que prolongará al cuerpo y que se ubicará en la ciudad, y el espacio abstracto o inmaterial, que impulsará a los sentidos y que radicará en Internet. Cada uno de ellos

concentrará unas características distintivas, si bien el segundo de ellos monopolizará el acto comunicativo colectivo gracias a su relativa facilidad por acercarse a un mayor número de ciudadanos, pero también por la posibilidad de recibir *feedback* o respuesta instantánea de los receptores, entre otras mejoras.

Las teorías democráticas contemporáneas y la comunicación

DURANTE más de 2.500 años la idea de democracia fue descartada sistémicamente para administrar los asuntos humanos. Solo a partir de finales del siglo XVIII el ideal democrático comenzó a pensarse como un principio serio de organización del poder político (Thompson, 1995:2). La democracia ha llegado a ser una idea –y aparentemente la única idea–, que es capaz de rubricar la legitimidad política a principios del siglo XXI. Hasta ahora la democracia se ha apoyado en un esquema de instituciones representativas en los emergentes Estados-nación; el sistema productivo se ha basado en un régimen de crecimiento ilimitado mediante el uso del capital como herramienta de intercambio de bienes y servicios (capitalismo).

Una democracia opera de forma efectiva y duradera sin ninguna dependencia del mercado, según Thompson (1993: 291-292), mediante la llamada *mediatización* de la cultura moderna, donde la experiencia cultural e ideológica está profundamente moldeada por la difusión de formas simbólicas a través de los diversos medios de comunicación masiva. En ese sentido los medios de comunicación, según Mills, plantean dos grandes retos democráticos: en primer lugar hasta qué punto la estructura comunicativa se encuentra subordinada a las estructuras económicas, políticas o militares; y, en segundo lugar, refiriéndose a la movilidad social, la disparidad estructural que facilita o imposibilita el acceso a la élite (en García de Cortázar y García de

León, 2000: 13-14). Debido a estas especiales características comunicativas que comparten las sociedades contemporáneas basadas en sistemas productivos capitalistas, se constituye como punto principal de nuestro estudio el análisis conceptual de la democracia y el rol ejercido por los medios de comunicación.

4.1. La teoría de la democracia deliberativa y el proceso comunicativo

Las dos tradiciones teóricas más influyentes sobre la democracia contemporánea son las llamadas *teoría de la elección social* (*social choice theory*) y la *teoría de la democracia deliberativa* (*deliberative democracy*). Como afirma Dryzek (2002: 2), a pesar de pensarse que pueden estar en aparente desacuerdo sobre la idea de la democracia, la capacidad deliberativa puede promover las condiciones que la favorecen. La teoría de la elección social no sugiere que sea imposible tomar decisiones democráticas, sino más bien que la democracia debe tener un aspecto deliberativo. Es decir, al plantear el concepto de democracia y comunicación desde un punto de vista positivo, debemos aludir a la llamada por muchos autores democracia deliberativa⁶. Para los demócratas deliberativos la esencia de la legitimidad democrática radica en la capacidad de los afectados por las decisiones colectivas para deliberar y participar en la producción de esas decisiones. Estas deliberaciones implican un debate comunicativo en el que los individuos son susceptibles de controlar y cambiar sus preferencias a partir de la persuasión (en ningún caso manipulación, engaño o coerción) de otros participantes (Dryzek,

⁶ En las condiciones actuales de las sociedades modernas el análisis de la democracia deliberativa se considera fundamental y prueba de ello es el amplio número de autores que ha dedicado su trabajo a su estudio. Ejemplos como el de Bohman, J. y Rehg, W. (eds.) (1997). *Deliberative Democracy: Essays on Reason and Politics*. Cambridge, MA: MIT Press; Dryzek, J. S. (1990). *Discursive Democracy: Politics, Policy and Political Science*. New York: Cambridge University Press; Dryzek, J. S. (2000). *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*. Oxford: Oxford University Press; Elster, J. (1998). Introduction. En: Elster, J. (Ed.). *Deliberative Democracy*. New York: Cambridge University Press; Fishkin, J. (1991). *Democracy and Deliberation*. New Haven: Yale University Press; Gutmann, A. y Thompson, D. (1996). *Democracy and Disagreement*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

2002: 3). La importancia de esta teoría es tal que dos de los filósofos más influyentes del siglo XX (Habermas y Rawls) han sido calificados como demócratas deliberativos al proponer tanto un diseño institucional como la definición de las condiciones sociales necesarias para conseguir infundir de forma efectiva el uso público de la razón (Rawls, 1997: 771-772). Cohen (1989: 18) exploró el ideal de democracia deliberativa como una asociación de actividades regidas por la deliberación pública de sus miembros donde se trata a la democracia como el ideal político fundamental y no como un ideal explicado en términos valorativos de equidad, igualdad y respeto. Thompson (1995) plantea el concepto de democracia deliberativa basado en el trato a todos los individuos como agentes autónomos capaces de formar juicios razonados a partir de la asimilación de la información y con distintos puntos de vista. De esta forma se llega a la asociación de los distintos mecanismos individuales para incorporarlos al proceso colectivo de decisión-realización.

En concreto la concepción deliberativa o reflexiva de la democracia focaliza su atención en el proceso a través del cual se forman los juicios y se toman las decisiones. En este proceso los medios de comunicación juegan –según esta teoría– un rol muy importante en el desarrollo democrático. Ellos actúan como el principal medio por el que los individuos adquieren información y encuentran distintos puntos de vista a través de los cuales pueden legitimar y concebir sus juicios individuales producidos dentro de un intercambio dialógico del espacio compartido (Thompson, 1995: 10). McCombs y Shaw (1972: 185) afirmaron que el principal efecto de los medios de comunicación consiste en ser el instrumento mediante el cual los ciudadanos llegan a formarse juicios sobre temas políticos, ya sean de importancia o no relevantes. Esto ha producido que la investigación de los medios de comunicación se haya presentado tradicionalmente como un instrumento esencial de la democracia, formadora de la opinión pública encargada de construir la esfera pública (Santillán Buelna, 2007: 229). Podríamos llegar aún más lejos afirmando que la razón clásica fundamental del periodismo es la democracia, donde el uso de los medios de comunicación como herramientas de movilización y elementos de apoyo a los movimientos sociales debe producir un impacto en los procesos de

funcionamiento políticos (McDougall, 2011: 7). Desde este punto de vista el rol del periodismo se extiende más allá de los elementos básicos de la correcta comunicación de información relevante: debe también enriquecer nuestros ideales democráticos.

4.2. La teoría de la elección social y su contribución a la crítica de las democracias contemporáneas

Con la emergencia de la democracia masiva del Estado del Bienestar, se entremezclaron la sociedad y el Estado. La publicidad vista en el sentido de un escrutinio crítico del Estado cedió lugar a las relaciones públicas, al montaje de *shows* en los medios de comunicación y a la fabricación y a la manipulación de la opinión pública (Fraser, 1992; 2007: 13). Como confirma este autor existe un abundante número de personas que todavía pueden realizar objeciones a la democracia actual (Fraser, 2007: 11). Su proyecto de una teoría crítica de los límites de la democracia en las sociedades del capitalismo tardío, se mantiene aún vigente. Más aún si cabe la promoción que se está realizando de la democracia liberal sobre los sistemas sociales y políticos de los países emergentes del socialismo estatal soviético; ex-dictaduras militares latinoamericanas, asiáticas y norteafricanas o los regímenes de dominación racial en África del Sur.

La teoría de la elección social es una teoría matemática con respecto a la toma de decisiones en grupo. Su principal preocupación no se centra en la cuestión empírica de cómo los grupos realmente toman sus decisiones, sino más bien a nivel normativo de cómo pueden o deben los individuos agregar y exponer sus opiniones, intereses o preferencias dentro de las decisiones del grupo. La teoría de la elección social trae consigo unos resultados poco alentadores en el tratamiento teórico de la democracia. Para los teóricos de la elección social, el problema democrático implica la agregación de diferentes puntos de vista, intereses o preferencias entre los individuos, pero no la deliberación o reflexión de estos (Dryzek, 2002: 2). Autores como Arrow (1951) han analizado a través de sus estudios la arbitrariedad e inestabilidad de los mecanismos democráticos y que resultan insostenibles según Riker (1983).

Todos estos aspectos muestran la importancia del trabajo llevado a cabo por Habermas. Su teoría de la esfera pública nos ofrece una manera de evitar algunas de las confusiones que han plagado los movimientos sociales progresivos y las teorías políticas. Además algunos enfoques aparentemente contradictorios como el de la democracia deliberativa –y el de la teoría de la elección social– pueden ser analizados y de esta forma profundizados los aspectos argumentativos en los que se basan las reflexiones y las decisiones individuales, sociales y colectivas a la hora de formar y crear la opinión pública. No obstante dentro del proceso democrático es necesario que una gran parte de la opinión pública crea que el proceso y la institución democrática sean los más apropiados para gobernar (Linz y Stepan, 1996: 6). A modo de conclusión de este apartado podemos afirmar siguiendo a Young (1995: 14) que “el consenso debe ser la base de la acción política en los países democráticos ya que en ellos las opiniones de la mayoría ejercen el control, pero las minorías reciben protección, por ello, la discusión política democrática debe suponer un acuerdo entre todas las partes”.

La sociedad civil

El concepto de sociedad civil es complejo por lo que es difícil llegar a un acuerdo común para su definición (Edwards, 2004: 2). A pesar de ello se acepta comúnmente la idea de que la sociedad civil actúa en el ámbito de las acciones voluntarias colectivas alrededor de unos intereses, propósitos y valores compartidos (Merkel, Lauth y Croissant, 2000: 10). Paffenholz y Spurk (2006: 2-3) entienden el concepto de sociedad civil a partir de tres puntos: 1) la sociedad civil está formada por el sector de las acciones voluntarias dentro de las formas institucionales que son diferentes del Estado, la familia y el mercado (los límites entre los diferentes grupos son difusos); 2) está conformada por un conjunto amplio y diverso de organizaciones de voluntarios que compiten entre sí en función de sus orientaciones e intereses. Estos voluntarios son actores no estatales que se organizan de forma autónoma e interactúan dentro del sector público; y 3) la sociedad civil es independiente del Estado, pero se orienta e interactúa con este dentro de la esfera política.

Cohen y Arato (2000:567) describían a la sociedad civil como una esfera de interacción social entre la economía y el Estado, compuesta por asociaciones autónomas, voluntarias y nativas que usan y amplían el discurso público y los espacios públicos para los movimientos sociales contemporáneos. Esta situación hace que la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones políticas se torne como un concepto central en las democracias contemporáneas. La sociedad civil tiene funciones que desempeñar tremendamente importantes dentro de las democracias, por lo que una sociedad civil activa es considerada como una condición previa para ir más allá del concepto formal de la democracia, ya que este compromiso cívico es aceptado como fundamental a la hora de rendir cuentas por los gobiernos hacia sus ciudadanos. De este modo se fortalecen las decisiones políticas públicas y aumenta la eficacia de las intervenciones (Paffenholz y Spurk, 2006: 1).

Los conceptos anteriormente planteados muestran una idea particular de la interacción entre la sociedad civil, el Estado y las empresas (Merkel, Lauth y Croissant, 1998: 17). Keane (1991: 167) basándose en el concepto de sociedad civil cosmopolita de carácter genuinamente pluralista, habla del modelo revisado de servicio público de comunicación que implica el desarrollo de una financiación pública y de auto-organización de los medios de comunicación. De esta forma los medios de comunicación de servicio público requieren de una sociedad civil poscapitalista garantizadora de las instituciones del Estado democrático. De esta forma aparecerán grupos que expresarán abiertamente su solidaridad (u oposición) frente a otros ciudadanos con diversos gustos, propuestas e ideales.

4.3. Periodismo ciudadano

Este carácter activo de la sociedad civil se manifiesta de manera clara en el periodismo ciudadano. Ya durante la segunda mitad del siglo XX los medios de comunicación ciudadanos fueron catalogados como nuevos medios y fueron bien recibidos gracias a su presumible potencial y carácter democrático. McQuail (1983: 118) trabajó sobre el tema presentando el concepto teórico de democrático-participante (*democratic-participant*) en el que captaba la idea de medios de comunicación alternativos como medios de expresión encargados de

salvaguardar las necesidades de los ciudadanos. Muestra de ello es el reciente trabajo llevado a cabo por McDougall sobre la situación en Irán en las elecciones de 2009 donde la información aparecida era contradictoria y donde la censura llevo a los ciudadanos comprometidos a actuar como periodistas y a ser sus propios participantes. El autor continúa afirmando que el uso de los medios de comunicación por los ciudadanos –que actúan como actores y receptores influyendo de este modo en la opinión pública– es un elemento importante dentro de la norma periodística actual (McDougall, 2011). Vemos cómo en la actualidad, de manera creciente, no solo los periodistas profesionales participan en el periodismo. Se observa, por ejemplo, el aumento del periodismo de asistencia ciudadana, en el que las personas envían su material, con el objetivo de establecer organizaciones periodísticas o simplemente interactúan con periodistas establecidos, contestando, añadiendo información, haciendo preguntas u ofreciendo correcciones. La importancia y el alcance de estas consultas y de la participación pública ciudadana se convierte en muy deseable ya que se basa en modelos de democracia adoptados por los ciudadanos (Dahlgren, 2009: 2).

Todo esto ha traído un renovado interés de los académicos por el estudio del periodismo participativo y un intenso debate dentro de la profesión sobre la relación de los periodistas con su público. En la historia del periodismo han existido y existen distintos puntos de vista y concepciones de lo que es o debería ser el periodismo. Esto deja claro que no existe una idea universalmente aceptada dentro de un marco normativo que defina el papel del periodismo en las democracias (Paulussen, Heinonen, Domingo y Quandt, 2007: 134). Schudson (1998) considera al menos tres modelos de periodismo: el modelo del administrador (*Trustee Model*), el modelo de mercado (*Market Model*) y el modelo del abogado (*Advocacy Model*). Estima que tanto en Estados Unidos como en Europa el modelo del abogado está prácticamente extinguido dentro de la práctica periodística general. Esto es debido a la tendencia despolitizadora, secular y liberal de los medios de comunicación convencionales. Debido a ello han quedado los otros dos modelos como principales apuestas. En el caso del modelo del administrador, los periodistas son vistos como

profesionales que deciden lo que los ciudadanos deben saber para que actúen e intervengan como participantes dentro del proceso democrático. Este modelo está siendo criticado por su carácter elitista, vertical y paternalista. Pero es justo decir que aún domina dentro de la literatura profesional y académica en la enseñanza del periodismo. Este modelo va perdiendo terreno con respecto al modelo de mercado que establece que los periodistas deben su trabajo a las audiencias que establecen su demanda en función de lo atractivo que encuentren el producto, en este caso, la información. Shudson (1998: 135) no llega a ofrecer un cuarto modelo que sería el del periodismo público o ciudadano porque en su opinión este tipo de periodismo no quita el control de los periodistas sobre la información y por lo tanto no aparece un nuevo modelo donde la autoridad resida exclusivamente en el público. Platon y Deuze (2003: 340) enfocan su crítica en el mismo punto al decir que las nociones de *nosotros* y *ellos* todavía se utilizan para describir la diferencia entre los periodistas y los ciudadanos. El *nosotros* son los periodistas profesionales, mientras que el *ellos* son los ciudadanos que cuentan sus historias a los periodistas o editores. Actuando en todo momento estos últimos como porteros de toda información.

A modo de conclusión el planteamiento que más puede interesarnos en este análisis es la innovación democrática que ha supuesto el periodismo ciudadano o social. En una concepción amplia del término podemos apreciar que es algo más que un fenómeno, que no se limita explícitamente a las noticias alternativas y que incluye el metaperiodismo y a un gran número de las prácticas periodísticas. El periodismo ciudadano, aún en vías de definición identitaria, se ha erigido como una práctica reflexiva dentro de la cultura del consumo de información a través de la participación democrática. A menudo se ensalza la labor profesional del periodista mediante su inserción en la demagogia de la autoridad cultural (Schudson y Anderson, 2009), su capacidad para generar pensamiento (Casals, 2006: 61), o su possibilitación de nuevas actitudes que faciliten el progreso conjunto de la sociedad (Casero Ripollés, 2009). Son estas unas versiones que sacralizan la función pública del periodista, que la mitifican desde una óptica que distorsiona hasta cierto punto el funcionamiento habitual de las redacciones. La mercantilización de la

información, la aceptación de unas tendencias centrales que naturalizan un discurso hegemónico (Costa, 2008: 53), desacralizan y desmitifican socialmente al periodista, por lo que es el ciudadano quien, en un alarde de participación democrática, se convierte en creador y en intermediario de las ideas. Si en el periodismo ciudadano se pierde la llamada demagogia del *rigor u objetividad*⁷, se refuerzan por el contrario los valores que rodean la *autenticidad* de la información. El emisor, autoproclamado informador, configura unos contenidos que podrían ser definidos según todos o la mayor parte de los siguientes atributos: 1) son gratuitos (la información se desmercantiliza); 2) son espontáneos (la información se desacraliza, se desrutiniza); 3) son cercanos (el receptor comparte un código afectivo común con el emisor); 4) son directos (se anula parcialmente el *gatekeeping*); 5) son atemporales (no están forzosamente ligados a la noción de actualidad); 6) son flexibles (en cuanto al formato: se permiten vídeos, audios, mensajes, etcétera); 7) son interactivos (suelen aparejar la bidireccionalidad o incluso la direccionalidad múltiple).

Todas estas características trascienden al lenguaje informativo, lo sitúan en una nueva esfera comunicacional en la que se está repensando el proceso de circulación, reelaboración e interpretación de la información y de la comunicación dentro de las sociedades actuales. Por el momento, y como se ha explicado páginas atrás, los medios de comunicación cumplen todavía como intermediarios entre las instituciones y los ciudadanos; pero la habilitación de nuevos canales de aproximación entre los representantes y sus representados está generando un nuevo concepto global: *la Sociedad de los Ideantes*. En ese nuevo concepto el periodismo ciudadano se transforma únicamente en ciudadano: los periodistas, como intermediarios, reducen en su mayor parte sus labores como transmisores de la información y se convierten en infoentretenedores. El espacio público, repartido entre lo concreto (la ciudad) y lo abstracto (las redes), engloba a unas instituciones definidas por sus transparencias en las cuales toda la información relativa a sus funcionamientos ha de

⁷ Según la cual los periodistas poseen determinadas habilidades para construir objetivamente sus significados, una afirmación que ha sido puesta en duda o discutida por teóricos como Bantz, McCorkle y Baade, 1980; Shoemaker y Reese, 1996; Soloski, 1997; o más recientemente Chomsky y Herman, 2009.

encontrarse fácilmente accesible: se estimula el contacto directo entre los elegidos y sus electores. La llamada *Sociedad de la Información* acumula retóricamente canales e intermediarios, pero en el fondo refleja la naturaleza arbitraria de las instituciones, sus tabús erosionados parcialmente, la contradicción del discurso direccional de décadas anteriores con el discurso interactivo, flexible, del siglo XXI.

En la Sociedad de los Ideantes lo racional (representado por las jerarquías empresariales o profesionales, los pactos entre gestores y gestionados, etcétera) deja paso a lo intuitivo (la información se dispensa colectivamente). La *legitimidad*, que es lo que sustenta el prestigio simbólico de los medios de comunicación, se traslada al funcionamiento de las instituciones: son legítimas porque son transparentes. Pero es que la legitimidad se desplaza asimismo desde las empresas periodísticas a los emisores-*ideantes*, aclamados como líderes de opinión no por la idealización que impulsa pongamos que la cabecera de un medio, sino por el impacto de sus ideas, por su capacidad de penetración en el discurso social a través de los multiplicadores o replicantes. Son ideantes –y no informantes– porque el valor informativo no caracteriza solamente a sus mensajes; la abstracción, proyectada a través de las redes, impide que los emisores adopten una única estrategia o función. La multiplicidad de ideantes, además, favorece un conjunto teóricamente ilimitado de mensajes. Esa estructuración multipolar se debe, en primer lugar, a la inexistencia de un espacio físico que delimita unos contornos (pensemos en un periódico en papel, por ejemplo) y que por lo tanto obliga a emplear determinados mecanismos sintetizadores. La pirámide invertida, sin ir más lejos, se originó como consecuencia de la escasez espacial para componer las noticias; las redes, por el contrario, ofrecen una economía de la abundancia en que la jerarquización se fundamenta por criterios unipersonales. El ciudadano descarta su rol como mero depositario de la información, y se transforma en un participante activo, se erige como un editor que filtra los mensajes en función de sus intereses. En su doble naturaleza (lector y editor) el ciudadano distribuye y complementa la idea, o bien la crítica, o bien la descarta.

Por ello varía, en segundo lugar, el procesado de la comunicación: el ideante no sólo lee o escucha u observa un mensaje,

sino que sobre todo lo toca, lo manipula, lo perfecciona, lo siente. El desplazamiento sensitivo hacia lo táctil se relaciona con un posicionamiento instintivo: el ojo moderno procesa la información imitando el comportamiento del dedo. Los mensajes, en este caso, no poseen ya ese armazón metálico del periodismo tradicional (las famosas seis W)⁸, porque la intención principal del ideante no es persuadir de tal o cual hecho. No se trata, pues, de convencer, por lo que no hacen falta esas estrategias discursivas para reforzar la credibilidad del mensaje, para profesionalizarlo o mercantilizarlo. Las seis W replican, en lenguaje periodístico, la jerarquización sistémica. Ese patrón lingüístico se acompaña con un inevitable patrón ideológico, referencial. En la Sociedad de los Ideantes, destruidos ya los referentes, sucede justo al revés: se estimula la intuición. Y la intuición se percibe a través de lo táctil, de lo que quema o está frío, arrugado o plano. El empleo de tácticas retóricas (y las seis W lo son) resulta inútil, porque los ideantes se dirigen no al cerebro sino sobre todo hacia la piel. Las fuentes se han multiplicado infinitamente, no hay ya ese conjunto de medios al cual el receptor debe de acercarse para entender la convivencia. La convivencia, mediante el periodismo tradicional, se articula desde un esquema artificial que promueve un ideal colectivo de uniformización. Los periodistas callan determinados temas (tabús), o explican otros según determinadas estrategias clasificadoras (estereotipos). En la Sociedad de la Información la sociedad gira alrededor de los medios de comunicación, es *mediocéntrica*, los reflejos de los medios reproducen las formas de estar en colectivo. Los ciudadanos, en la Sociedad de la Información, depositan la representación mediática en manos de los periodistas, se conforman con una actitud pasiva; sólo en el espacio urbano –que es la esfera pública pretecnológica– pueden mostrar su rechazo o su disidencia, porque los instrumentos participativos de los medios resultan ineficaces. Pongamos en una balanza, por ejemplo, un reportaje a cinco columnas en un periódico frente a una carta al director; nada más lejos de la equidad. Y en algunos ni siquiera existe la posibilidad de matizar un mensaje. En la sociedad mediocéntrica los periodistas, como los escribas egipcios o los sacerdotes católicos, rara vez pueden equivocarse. Se atribuyen el poder de la información,

⁸ *Who* (Quién), *What* (Qué), *Where* (Dónde), *When* (Cuándo), *Why* (Por qué) y *How* (Cómo).

se adueñan de las representaciones sociales, se arrojan la construcción del imaginario colectivo.

En la Sociedad de los Ideantes los ciudadanos han recuperado la gestión de sus recursos simbólicos. La sociedad ha dejado de girar alrededor de los medios: se ha vuelto *luminocéntrica*.

Un ejemplo entre un concepto y otro puede ser el de un tiovivo. La Sociedad de la Información se parece a un tiovivo: los ciudadanos son los usuarios que montan en los caballitos. Los medios añaden la música y el movimiento circular, homogéneo, alrededor de sí mismos.

En la Sociedad de los Ideantes cada ciudadano se ha convertido en su propio tiovivo: la composición social se asemeja a una constelación de tiovivos. Cada ideante construye su luz y su música y su movimiento.

Los puentes de luz son los nexos de unión entre unos y otros tiovivos: la luz, en su sentido más puro, como un mensaje intuitivo sin amortajamientos retóricos. Y la luz, en su sentido más complejo, como electricidad.

Al encender un dispositivo –que es un itinerario similar a la bajada al ágora de los antiguos– al ideante le asaltan los mensajes, la luz, que es lo que fundamenta su vida en sociedad. La ciudad, entonces, se relega únicamente a su papel como lugar de tránsito. Es en el trazado abstracto, en las redes, donde se gestiona lo colectivo.

En definitiva el denominado periodismo ciudadano reflejaba en sus inicios las fisuras de un desarrollo democrático ulterior; demandaba una mayor interpretación de las instituciones, de la sociedad, de la convivencia. El periodismo, como ejercicio profesional, resulta o resultaba una solución de intermediación envejecida por la inutilidad; no es, o era, que el periodismo ciudadano iba a matar al periodismo profesional, sino que cabe preguntarse –en los comienzos del siglo XXI– hasta qué punto el periodismo profesional está o estaba vivo.

Las cuestiones presentadas a lo largo de este texto esperamos que despierten un debate general sobre el papel que juegan los medios

de comunicación, los ciudadanos, las instituciones, dentro de la negociación colectiva de los valores culturales, económicos, políticos e informativos.

Bibliografía

- ABREU SOJO, I. (1999). “¿Es posible activar la conciencia ciudadana por medio de la opinión pública a través de los *mass media*?”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 22. En: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999coc/27ivan.htm> (Fecha de consulta: 18/01/2012).
- ARROW, K. J. (1951). *Social Choice and Individual Values*. Wiley: Nueva York.
- BACHELARD, Gaston (1990). *L'air et les songes. Essai sur l'imagination du mouvement*. París: José Corti.
- BANTZ, C. R., MCCORKLE, S. y BAADE, R. C. (1980). The News Factory. *Communication Research*, 7, 45 – 68.
- BARREDO IBÁÑEZ, D. (2011). “Tabús informativos individuales y organizaciones del periodismo español en el siglo XII: un estudio Delphi”. *Fonseca, Journal of Communication*, 3, 97 – 130.
- BERGANZA CONDE, M. R. (1999). “Hacia una recuperación del pensamiento de los pioneros: el concepto de comunicación en la teoría sociológica de Robert E. Park”. *Comunicación y Sociedad*, 12(1): 49-76.
- BERRIO, J. (1995). “Bases de teoría social en la sociología de la comunicación de masa”. *Materials*, 16: 36-41.
- BOCZKOWSKI, P. J. (2010). *News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance*. The University of Chicago Press: Chicago.
- BOLUFEL PERUGA, M. (2003). “De la historia de las ideas a las prácticas culturales: reflexiones sobre la historiografía de la ilustración”. En Barona, J. L., Moscoso, J. y Pimentel, J. (Eds.).

- La Ilustración y las ciencias. Para una historia de la objetividad* (pp. 21-52). Universitat de València: Valencia.
- CASALS, María Jesús (2006). “La enseñanza del periodismo y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, 59 – 70.
- CASERO RIPOLLÉS, Andreu (2009). “El control político de la información periodística2. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354- 366. En: http://www.revistalatinacs.org/09/art/29_828_47_ULEPICC_08/Andreu_Casero.html (Fecha de consulta: 25/07/2010).
- (2008). “Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 111-128.
- CASTELLS, M. (2008). “The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance”. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616, pp. 78 – 93.
- CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward S. (2009). *Los guardianes de la libertad*. Crítica: Barcelona.
- COSTA LIMA DA ROCHA, H. (2008). “Habermas e a Teoria do Jornalismo: A Manipulação Ideológica no Jornalismo como Distorção Sistemática da Comunicação”. *Estudos em Comunicação*, 4, 41 – 57.
- COHEN, J. L. y ARATO, A. (2001). *Sociedad civil y teoría política*. Fondo de Cultura Económica: México.
- DADER, J. L. (1992). *El periodista en el Espacio Público*. Editorial Bosch: Barcelona.
- DAHLGREN, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press: New York.
- DOMINGO, D., QUANDT, T., HEINONEN, A. *et al.* (2008). “Participatory Journalism Practices in the Media Beyond”. *Journalism Practice*, 2 (3), pp. 326 — 342.

- DRYZEK, J. S. (2002). "Social choice theory and deliberative democracy: A reconciliation". *British journal of Political Science*, 33(1): 1-28. En: <http://personal.lse.ac.uk/list/PDF-files/SCTBJPS.pdf> (Fecha de consulta: 10/08/2011).
- EDWARDS, M. (2004). *Civil society*. Polity: Cambridge.
- ELEY, G. (1996). "The Media and the Transformation of the Public Sphere: A Contribution for a Critical Political Economy of the Public Sphere". *European Journal of Communication*, 11: 347-370.
- ELÍAS PÉREZ, C. (2010). "The Future of Journalism in the Online Public Sphere: When Journalistic Sources Become Mass Media in their Own Right". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, pp. 45 – 58.
- FRANKENBERG, L. (2007). "Hacia una *ciudadanía mediática* en la era de la información". *Global Media Journal México*, 4 (8), pp. 13-38.
- FRASER, N. (1992). "Repensando la esfera pública". En Calhoun, C. (Ed.). *Habermas and the Public Sphere*. MIT Press: Cambridge/ Massachusetts/ London.
- (2007). "Transnationalizing the public sphere. On the legitimacy and efficacy of public opinion in a Post-Westphalian World". *Theory, Culture & Society*, 24(4): 7-30.
- GAMHAM, N. (1990). "The media and the public sphere". En Webster, F. (Ed.) (2004). *The information society reader*. Routledge. Taylor & Francis Group: London.
- GUREVITCH, M., COLEMAN, S. y BLUMLER, J. G. (2009). "Political Communication: Old and New Media Relationships". *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 164 – 181.
- HABERMAS, J. (1964, 1973). *Öffentlichkeit (Lexikonartikel) en Kultur und Kritik*. Suhrkamp: Francfort.
- (1989). *Structural transformation of the public sphere, trans. Thomas Burger*. MIT Press: Cambridge, MA.
- HALLIN, D. C. y MANCINI, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press: Cambridge.

- HANITZSCH, T. (2005). "Journalism research in Germany: Origins, theoretical innovations and future outlook. Sociedade brasileira de pesquisadores em jornalismo". *III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 27 a 29 de noviembre de 2005. Florianópolis-sc. Comunicación presentada.
- HANUSCH, F. (2009). "A product of their culture: Using a value systems approach to understand the work practices of journalists". *International Communication Gazette*, 71(7): 613-626.
- HUTCHINS, R. (1947). *Commission on freedom of the press, a free and responsible press*. Chicago Press: Chicago.
- KEANE, J. (1991). *The media and democracy*. Polity Press: Cambridge.
- KEANE, J. (1995). "Structural transformations of the public sphere". En Webster, F. (Ed.) (2004). *The information society reader* (pp. 366-379). Routledge. Taylor & Francis Group: London.
- KROEBER, A. L. (1952). *The nature of culture*. Chicago University Press: Chicago.
- LANDES, J. (1988). *Women and the public Sphere in the age of the French Revolution*. Cornell University Press: Ithaca, NY.
- LINZ, J. J. y STEPAN, A. (1996). *Democracy and its arenas in problems of democratic transition and consolidation*. The Johns Hopkins University Press: Baltimore/ London.
- LIPPMANN, W. (1964). *La opinión pública*. Cía. Gral. Fabril Edit: Buenos Aires.
- LUHMANN, N. (1973). *Ilustración sociológica y otros ensayos*. Editorial Sur: Buenos Aires, Argentina.
- (2000). *The reality of the mass media*. Stanford University Press: Stanford, CA.
- MASUDA, Y. (1990). "Managing in the information society: releasing synergy japanes style". En Webster, F. (2004). *The information society reader* (pp. 15-21). Routledge. Taylor & Francis Group: London.
- MARTÍN BARBERO, J. (2001). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili: Barcelona.

- McDOUGALL, D. (2011). “The Journalistic Identities of liveblogging. A case study: Reporting the 2009 post-election”. *Disertación presentada en el Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science*, Agosto 2010. En: www2.lse.ac.uk/media@lse/research/.../2010/2nd/McDougall.pdf (Fecha de consulta: 28/08/2011).
- McQUAIL, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós Comunicación: Barcelona.
- McQUAIL, D. (1994). *Normative theories of media performance, mass communication theory. An introduction*. SAGE Publications: London.
- MERKEL, W. y LAUTH, H. (1998). “Systemwechsel und Zivilgesellschaft. Welche Zivilgesellschaft braucht die Demokratie? ”. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 6(7): 3-12.
- , ----- y CROISSANT, A (2000). “Zivilgesellschaft und transformation: ein internationaler Vergleich”. En Merkel, W. (Ed.). *Systemwechsel 5. Zivilgesellschaft und transformation* (pp. 9-49). Leske+Budrich: Opladen.
- MILL, J. S. (1997). “Considerations on representative government”. En Robson, J. M. (Ed.). *Collected papers of Stuart Mill*. University of Toronto Press, Routledge and Kegan Paul: London.
- MUKAMEL, R., EKSTROM, A.D., KAPLAN, J., IACONONI, M. y FRIED, I. (2010). “Single-neuron responses in humans during execution and observation of actions”. *Current Biology*, 20, 750–756.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Paidós: Barcelona.
- ORTEGA, F. (2003). “La política y el periodismo en el nuevo espacio público”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 187 (enero-abril), 51-97.
- PAFFENHOLZ, T. y SPURK, C. (2006). “Civil society, civil engagement, and peacebuilding”. *Social Development Papers. Conflict prevention & reconstruction*. Comunicación n° 36, Octubre.
- PAJNIK, M. y DOWNING, John D. H. (2008). “Introduction: the challenges of “Nano-Media”. En Pajnik, M. y Downing, John D. H. (Eds.). *Alternative Media and the Politics of Resistance*.

- Perspectives and Challenges (pp. 7- 16). Peace Institute: Ljubjana.
- PAPAPCHARISSI, Z. (2002). "The virtual sphere. The internet as a public sphere". En Webster, F. (Ed.) (2004). *The information society reader* (pp. 379-393). Routledge. Taylor & Francis Group: London.
- PASQUALI, A. (1978). *Comprender la comunicación*. Monte Ávila Editores: Caracas.
- PAULUSSEN, S.; HEINONEN, A.; DOMINGO, D. y QUANDT, T. (2007). "Doing it together: Citizen participation in the professional news making process". *Observatorio (OBS*) Journal*, 3: 131-154.
- PLATON, S. y DEUZE, M. (2003). "Indymedia journalism. A radical way of making, selecting and sharing news?". *Journalism*, 3(4): 336-355.
- REYNIÉ, D. (1995). "Las cifras en la política moderna". En Ferry, W. et al. (Eds.). *El nuevo espacio público*. Gedisa: Barcelona.
- RAWLS, J. (1997). "The idea of public reason revisited". *The University of Chicago Law Review*, 94: 765-807.
- RIKER, W. H. (1983). "Political Theory and the Art of Heresthetics". En Finifter, A. W. (ed.). *Political Science. The State of the Discipline*. American Political Science Association: Washington, D. C.
- RIZZOLATTI, G., GALLESE, V., FADIGA, L., FOGASSI, L. (1996). "Action recognition in the premotor cortex", *Brain. A Journal of Neurology*, 119, 593-609. En <http://brain.oxfordjournals.org/content/119/2/593.full.pdf+html> (Fecha de consulta: 04/05/2010).
- RYAN, M. P. (1990). *Women in Public: Between Banners and Ballots, 1825-1880*. Johns Hopkins University Press: Baltimore.
- SALVAT MARTINREY, G. y SERRANO MARÍN, V. (2011). "Periodismo ciudadano y espacio público en la Sociedad de la Información". Barcelona: *Anàlisi*, 41, 69 – 85.
- SAMOVAR, L.A., PORTER, R. E. y McDANIEL, E. R. (2009). *Intercultural communication*. Lyn Uhl: Boston.

- SANTILLÁN BUELNA, J. R. (2010). “De la información a la opinión: Modelo para el análisis periodístico de los temas políticos”. *Razón y palabra*, 59. En <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n59/varia/rsantillan.html>
- (Fecha de consulta: 18/11/2011).
- SCHUDSON, M. (1998). “The public journalism movement and its problems”. En Graber, D.; McQuail, D. y Norris, P. (Eds.). *The politics of news. The news of politics* (pp. 132-149). CQ Press: Washington.
- y ANDERSON, C. (2009). “Objectivity, Professionalism, and Truth Seeking in Journalism”. En Wahl – Jorgensen, K., y Hanitzsch, T. (Eds.). *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge: New York.
- SIEBERT, F. S.; PETERSON, T. y SCHRAMM, W. L. (1956). *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility and soviet communist concepts of what the press should be and do*. Univesity of Illinois Press: Urbana, Illinois.
- SIEBERT, F. S. y PETERSON, T. (1967). *Tres teorías de la prensa en el mundo capitalista*. Ediciones de la Flor: Buenos Aires.
- SIERRA CABALLERO, F. y SUÁREZ VILLEGAS, J. C. (2000). *Introducción a la Teoría de la Comunicación educativa*. MAD: Sevilla.
- SHOEMAKER, Pamela J. y REESE, Stephen D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman: New York.
- SOLOSKI, John (1997). “News Reporting and Professionalism. Some Constraints on the Reporting of the News2. En Berkowitz, Dan (Ed.). *Social meanings of news: A text reader* (pp. 138 – 154). Sage: California.
- THOMPSON, J. B. (1990). *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Polity Press: Carnbridge.
- (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana: México.

- (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. Stanford University Press: California.
- TORRES, V. (2012, 16 de abril). “Una imagen del rey cazando elefantes revoluciona las redes sociales”, www.elperiodico.com, obtenido el 22/05/2012 de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/sociedad/rey-cazando-elefantes-revoluciona-redes-sociales-1661901>
- TUESTA SOLDEVILLA, F. (1997). *No sabe/No opina (Medios y encuestas políticas)*. Fundación Konrad Adenauer/Universidad de Lima: Lima.
- VIDAL DE LA ROSA, G. (2009). “Herejías democráticas: William Riker y el estudio de la manipulación de la política democrática”. *Sociológica*, 24(70): 13-41.
- YOUNG, K. (1995). *La opinión pública y la propaganda*. Editorial Paidós: México.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (2005). *Tractatus logico-philosophicus*. Madrid: Alianza Editorial.