

Dra. Natalia RAIMONDO ANSELMINO

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, Universidad Nacional de Rosario y Universidad Abierta Interamericana. Argentina.
nraimondo@conicet.gov.ar

Dra. María Cecilia REVIGLIO

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones. Universidad Nacional de Rosario. Argentina.
ceciliareviglio@hotmail.com

Dr. Ricardo DIVIANI

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, Universidad Nacional de Rosario. Argentina.
ricardodiviani@hotmail.com

Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook?

Public sphere and social networks resources on Internet: What's new in Facebook?

Fecha de recepción: 22/04/2015

Fecha de revisión: 16/06/2015

Fecha de preprint: 01/09/2014

Fecha de publicación final: 01/01/2016

Resumen

Habitamos en sociedades altamente mediatizadas ya no sólo completamente atravesadas por la acción de los medios masivos de comunicación sino, también, por las nuevas tensiones que asume el proceso de mediatización a partir del desarrollo de las redes sociales en Internet. Al reconocer la naturaleza ambiental y constructiva de los medios masivos de comunicación es posible, también, considerar a la mediatización como modalidad nuclear de construcción de la esfera pública. En dicho contexto, este escrito inquiriere sobre los modos en que el funcionamiento de Facebook y los discursos allí expuestos participan en la configuración de la esfera pública contemporánea, así como, además, sobre el grado de novedad que presenta dicha intervención respecto de la ejercida por los tradicionales medios masivos de comunicación. En función de articular las reflexiones expuestas con algunos de los ejes que ha asumido el debate teórico suscitado por el análisis que realizó Habermas sobre la génesis y las transformaciones estructurales de la vida pública, este texto se concentra en los siguientes tres aspectos: la gestión de la visibilidad, de la puesta en público o publicación; el lugar que ocupan el diálogo, la deliberación y el disenso; la condición múltiple y móvil de la esfera pública actual.

Palabras clave

Esfera pública; Facebook; mediatización; redes sociales en Internet

Abstract

We live in highly mediatized societies and not only completely traversed by the action of the mass media but also by new tensions that assumes the mediatization process from the development of social networks resources on Internet. Recognizing the environmental and constructive nature of the mass media, it is also possible to consider mediatization as nuclear mode of construction of the public sphere. In this context, this paper asks about the ways in which the operation of Facebook and discourses posted there shape contemporary public sphere, and also the degree of novelty of such intervention with respect to that exerted by the traditional mass media. For the purpose of joint thinkings reflections exposed with some of the areas that has taken the theoretical debate surrounding the Habermas's analysis about the genesis and structural transformations of public life, this text focuses on the following three aspects: the management of visibility, of commissioning public or publication; the place of dialogue, deliberation and dissent; the multiple and mobile status of the current public sphere.

Keywords

Public sphere; Facebook; mediatization; social networks resources on Internet

1. Introducción

Con el fin de presentar las reflexiones que aquí expondremos, consideramos necesario plantear nuestros interrogantes de partida, a saber: ¿de qué modo el funcionamiento de Facebook y los discursos allí expuestos participan en la configuración de la esfera pública contemporánea? y, por otro lado, ¿qué grado de novedad presenta dicha intervención respecto de la ejercida por los tradicionales medios masivos de comunicación? Ambas preguntas han sido engendradas en el seno de una investigación que tiene como fin general analizar las transformaciones producidas en la esfera pública contemporánea a partir del desarrollo de las redes sociales en Internet² (Ontsi, 2011).

Las disquisiciones aquí desarrolladas tienen razón de ser siempre y cuando consideremos, tal como propone Dahlgren (2008), que:

La imagen romántica de un espacio público en el que los individuos se dirigen la palabra frente a frente o se comunican mediante opúsculos de muy poca tirada no nos sirve gran cosa, puesto que no disponemos de máquinas que nos hagan remontar en el tiempo (p. 253).

Además, y tal como bien lo explica Thompson (2011), apegarnos a una concepción clásica de la esfera pública puede "impedirnos ver las nuevas formas de lo público (creadas, entre otras cosas, por el desarrollo de los medios de comunicación), o bien de hacernos abordar estas nuevas formas con prejuicio" (p. 21). Y ese es un riesgo que, precisamente, queremos evitar aquí.

Es decir, que para comenzar a encontrar posibles vías de respuesta a las preguntas antes explicitadas, debemos aceptar, primero, la necesidad de revisar y renovar la categoría *esfera pública*, inicialmente propuesta por Habermas (1989) para el estudio de aquel "dominio de nuestra vida social en el que algo así como la opinión pública puede conformarse" (p. 1). Ello implica recuperar no sólo la originaria tesis de Habermas (1999), sino también las principales lecturas críticas de su pensamiento que han realizado diferentes autores; entre otros, planteos como los propuestos por Dahlgren (2008), Downey (2014), Fraser (1992), Keane (1997), Mehl (1997), Negt (2007) y Thompson (1996; 1998; 2011).

Por otra parte, en el contexto de sociedades ya no sólo completamente atravesadas por la acción de los medios masivos de comunicación sino, también, por las nuevas tensiones que asume el proceso de mediatización a partir de la intervención de las lógicas que permiten y promueven las redes sociales en Internet (en adelante, RSI), partimos de sostener la naturaleza ambiental y constructiva de los medios masivos de comunicación y, en tanto habitamos en sociedades altamente mediatizadas³, consideramos a la *mediatización* como modalidad nuclear de construcción de la esfera pública. Tal como lo han advertido Steimberg y Traversa (1997), "la mediatización, asociada al bagaje técnico que incluye, desplaza la oposición entre público y privado, la reformula" (p. 114), al punto de que, en este marco, "los medios serán agentes de las manifestaciones de la dimensión pública de lo privado y, por qué no, también de lo contrario" (p. 114).

Ahora bien, respecto del lugar que ocupan las RSI en el sistema mediático actual, podemos señalar que, según el informe Futuro Digital Latinoamérica 2013 (Comscore, 2013), son las redes sociales las que atraen la mayor cantidad del tiempo consumido en Internet, tanto en el escenario latinoamericano como en el europeo, siendo en la primera región mucho más evidente esta tendencia: a nivel mundial, "5 de los 10 países que más tiempo consumen en Redes Sociales se encuentran en Latinoamérica" (Comscore, 2013: 56). Vale advertir que hemos circunscripto nuestra reflexión a las consecuencias del funcionamiento de una RSI en particular, Facebook, por varias razones. En primer lugar, porque, en coincidencia con la tendencia a nivel global (Ontsi, 2011), es la red social más utilizada en Argentina (Sinca, 2013) —país donde se

desarrolla el proyecto de investigación mencionado al comienzo—, alcanzando, según un informe de Carrier (2014), la participación del 89% del total de usuarios de Internet. Según esta última consultora, "la adopción de Facebook es tan alta que no presenta variaciones significativas cuando se la analiza por las distintas variables de corte más allá de la edad" (2014: s/n). Y, al mismo tiempo, el sesgo de clase y de uso por región geográfica dentro del país es menor en Facebook que en otras RSI (Cfr. Sinca, 2013: 22). En tercer y último lugar, porque esta RSI es, también, el segundo sitio más visitado en Argentina, encontrándose detrás de google.com.ar (Alexa, 2014; Sinca, 2013).

Finalmente, resta decir que con el fin de ordenar nuestras reflexiones, y en función de articularlas con algunos de los ejes que ha asumido el debate y la discusión teórica suscitados por el análisis que realizó Habermas (1999) sobre la génesis y las transformaciones estructurales de la vida pública, hemos decidido organizar el desarrollo de este escrito recuperando las siguientes tres dimensiones:

- La gestión de la visibilidad, de la puesta en público o publicación;
- El lugar que ocupan el diálogo, la deliberación y el disenso;
- La condición múltiple y móvil de la esfera pública actual.

2. Sobre la gestión de la visibilidad en Facebook

Comencemos por los interrogantes que nos suscita la gestión de la *visibilidad* en Facebook, visibilidad que, como bien señalan Steimberg y Traversa (1997) en ocasión de su estudio sobre las figuraciones del cuerpo en los medios, es construida a partir de procesos discursivos⁴.

Las RSI y, entre ellas, especialmente Facebook, han inaugurado un espacio de exposición y circulación de los discursos individuales —tanto aquellos que refieren a la vida privada como a la pública— que no pareciera tener parangón. Ya lo decía Verón (2012): Internet es un gigantesco dispositivo que transforma las condiciones de acceso a los discursos y que "comporta [también] una mutación en las condiciones de acceso a los actores individuales" (p. 14).

No obstante, si queremos desentrañar qué grado de novedad hay en la gestión de la visibilidad que Facebook posibilita, no debemos ignorar que esta plataforma irrumpe en el ecosistema mediático en un momento en el que gran parte del consumo cultural estaba ya atravesado por la lógica de funcionamiento de lo que Jenkins (2008) denomina *cultura participativa*; es decir, que Facebook es, en cierto modo, fruto de un ambiente cultural —y parte de una *cultura digital* (Becerra, 2012)— en el que se hace cada vez más habitual que los miembros de la audiencia intervengan en la producción de los contenidos que publican los medios y que, por otra parte, los medios incorporen dicha participación a la cadena de valor. Vale indicar, además, que el hecho de que la participación del público se torne cada vez más visible en los medios no quiere decir, necesariamente, que el público participe más ni que —como veremos en el tercer apartado— dicha participación sea, efectivamente, *participación política*.

A su vez, las prácticas que tienen lugar en Facebook no son ajenas tampoco a los modos de la vida social que ya han sido teorizados —por autores como Debord (1995), por ejemplo— bajo el rótulo de *sociedad del espectáculo*. Este contexto, en que también se observa, tal como lo propone Morley (2008), una "esfera pública cada vez más privatizada" (p. 150), y que es el mismo en el marco del cual Verón (2009) caracterizó lo que él llamó "tercera fase de la televisión"⁵, no puede pensarse sin considerar el efecto simbólico ocasionado por el hecho de que la voz de los individuos que conforman la audiencia se torne publicable. Y, en tanto esta publicación es previa a Facebook, nos preguntamos, ¿qué es lo nuevo, entonces?



Antes del desarrollo de Internet, la publicidad de las opiniones individuales sobre lo público se hacían visibles de dos maneras: o eran expuestas en un espacio público tradicional —como una asamblea o la calle, es decir, mediante lo que Thompson (2011) denomina como "visibilidad situada de la co-presencia" (p. 22)— o, bien, trascendían a partir de su publicación en un medio masivo de comunicación —es decir, siendo parte de su agenda, a partir de su "visibilidad mediática" (Thompson, 2011: 23). Con Internet, surgen algunos otros espacios como el dispuesto por los foros o blogs, aunque es recién con la aparición de Facebook que se inaugura un espacio de puesta en circulación sin precedente hasta entonces. La opinión individual emerge allí sin mediación directa de esas dos instancias previas que mencionamos anteriormente para, luego, sí poder ser recuperada y resignificada por los medios o por las manifestaciones que tienen lugar en el espacio público urbano. Restaría preguntarse, entonces, de qué modo se produce dicha articulación y cómo esta nueva habilitación propiciada por Facebook modifica la fisonomía de lo público. ¿Podríamos conjeturar, tal vez, que Facebook es un espacio público mediático en el que se imbrican complejamente los dos tipos de visibilidades antes aludidos?

A su vez, habría que diferenciar, en el conjunto de los discursos que se hacen visibles en Facebook, entre aquellos que pertenecen a la esfera de lo público y los que se circunscriben a los ámbitos de la vida privada o íntima; así como también podríamos preguntarnos qué articulaciones (o desplazamientos) se dan allí entre estos distintos tipos de discurso.

De manera que, si bien podemos considerar a la publicación como "la ruptura de una censura" (Bourdieu; 2010: 265), es necesario advertir algo que puede parecer una obviedad pero no queda siempre lo suficientemente claro: no todo lo publicado construye esfera pública. Creemos, incluso, que las opiniones individuales puestas en circulación a través de Facebook construyen esfera pública sólo si logran cristalizarse en la constitución de un *público* que adquiera alguna de las dos visibilidades trabajadas por Thompson (2011) mencionadas con anterioridad (visibilidad situada de la co-presencia o visibilidad mediática)⁶. Retomaremos este punto más adelante.

Asimismo, respecto de lo publicado es posible preguntarnos: ¿Qué legitima una opinión publicada en Facebook? Mehl (1997) señala, por ejemplo, que la valorización de la palabra de los profanos en detrimento de la palabra de los expertos es una característica principal de los *reality shows*. En ese sentido, ¿es posible pensar que en Facebook sucede algo análogo? Así como algunos medios de comunicación en línea han diseñado criterios de valorización de las opiniones del público a partir de los cuales se otorgan calificaciones como, por ejemplo, la de comentarista destacado, pareciera no existir aún algo similar en esta red social. La pregunta giraría en torno a si es posible establecer algunos criterios de valorización y otorgar esa legitimidad dado que se trata de una red, con todo lo que el concepto de red implica: horizontalidad, ausencia de jerarquías, de centros y periferias, no institucionalidad.

Finalmente, podríamos preguntarnos también cómo impactan en el ámbito de lo público los nuevos regímenes de visibilidad del mundo íntimo que se hacen presentes en Facebook. Esta cuestión inquiriere sobre los efectos de un proceso por el cual los discursos del orden de lo íntimo se vuelven cada vez más públicos, al punto de que Sibilia (2008) los llama *discursos éxtimos*. La pregunta, entonces, parece delinarse en torno a las consecuencias que apareja, para la conformación de la esfera pública contemporánea, la nueva manera histórica y cultural de lo que podríamos llamar *mediatización de lo íntimo*.

Dicho todo esto, no cuesta comprender entonces por qué todos los autores que teorizan sobre la configuración de la esfera pública actual anuncian que estamos asistiendo a una imbricación cada vez más compleja entre los espacios público, privado e íntimo. Desde ya, afrontar los

interrogantes que este escenario supone requiere, primero, aceptar que, tal como lo proponen Steimberg y Traversa (1997):

Lo siempre arduo de la discusión en torno a las fronteras de lo público y lo privado (...) ha dado lugar muchas veces al empleo de categorías auxiliares o reducciones que acantonan lo privado en el yo a veces, en el *individuo* otras, apelándose a lo *íntimo* como categoría derivada, de la que se pueden también discutir sus contornos (p. 110).

Al respecto de la relación compleja entre los espacios público, privado e íntimo, son también interesantes las reflexiones de Thompson (2011) referidas a los límites cambiantes de las vidas pública y privada. Para este autor, estamos en presencia de una situación en la que “los límites entre lo público y lo privado se desdibujan y cambian constantemente, y en la cual los límites que sí existen en cualquier momento se vuelven porosos, discutibles y sujetos a negociación y resistencia” (p.34). Adjudica esta situación a la imbricación entre las esferas y también a la pregnancia cada vez mayor de las tecnologías de comunicación.

En la Antigüedad se pensaba el espacio privado no sólo en términos de privación sino, también, como “un lugar donde [los individuos] pueden refugiarse del escrutinio de la vida pública y de ser constantemente vistos y oídos por los demás” (Thompson, 2011: 27), mientras que luego, la tradición liberal lo relacionó con el derecho de los ciudadanos a ejercer sus libertades civiles y a protegerse de los posibles abusos de los estados y/o gobiernos. En esta época la privacidad pasó a formar parte del marco del Derecho.

La privacidad actual es, así, conceptualizada por Thompson (2011) en términos de control sobre aquello que se revela sobre uno mismo:

Lo privado consiste en aquellos territorios del yo –que incluyen el entorno del yo y la información sobre el yo– sobre los cuales el individuo busca mantener el control y restringir el acceso a los demás. Los derechos a la privacidad consisten en los derechos de un individuo a ejercer este control y a restringir el acceso de los demás (p. 30).

Esto libera al concepto de esfera privada de las connotaciones vinculadas al espacio físico, ya que no se trata solamente de la casa o el cuarto, por ejemplo, sino que esta noción de lo privado como territorio hace también referencia a espacios de orden simbólico como lo pueden ser los territorios informativos o virtuales. De hecho, “lo privado hoy está constituido por un territorio desespacializado de información y contenido simbólico sobre el cual cada individuo piensa que puede ejercer el control, sin que sea relevante dónde este individuo o esta información se sitúen físicamente” (Thompson; 2011: 33). Del mismo modo, lo público también puede ser entendido como esfera de información y contenido simbólico.

En este sentido, las RSI como Facebook parecen funcionar, precisamente, como ese territorio donde lo público y lo privado se confunden en una misma interfaz. Las imágenes pública y privada de un individuo se mezclan en su mismo *perfil* como resultante de sus modos de participación en la red —tanto en cantidad como en calidad, es decir, cuánto y qué comenta, cuánto y qué postea, cuáles son sus amigos, qué posts destaca con “me gusta”, qué régimen de privacidad selecciona de los que propone la plataforma, etc.— pero, también, de la participación de sus amigos/contactos y, como en toda RSI, de los amigos de sus amigos y los regímenes de visibilidad/privacidad de cada uno de ellos. Todo esto se conjuga con la facilidad que otorgan las esferas virtuales actuales para conseguir información de otros e, incluso, difundirla. ¿Sería esto hacer un asunto público de lo privado o, simplemente, hacer de lo privado algo publicable?

El ejemplo que Thompson (2011) usa para ilustrar esos límites cambiantes entre vidas pública y privada trata de un escándalo desatado en 2004 en Inglaterra cuando una periodista

amparada en el Acta de Libertad de Información accedió al detalle de los gastos de los parlamentarios. El episodio generó una serie de conflictos que llegaron a la Justicia quien finalmente decidió poner a disposición pública las declaraciones juradas de todos los miembros del Parlamento con algunas omisiones de información delicada. Sin embargo, las declaraciones se difundieron sin correcciones dado que el empleado a cargo de la edición decidió filtrar a la prensa la información completa.

La movilidad de las fronteras entre lo público y lo privado parece quedar graficada no sólo en el relato de este ejemplo, sino también en la percepción que hoy podemos tener sobre este tipo de fenómeno. El ejemplo del año 2004 referido arriba hoy se presenta como viejo o, incluso, obvio. ¿Son los gastos de los parlamentarios asuntos privados? Al parecer, en Inglaterra, hasta 2004, sí lo eran. Recién entonces entra en crisis esta concepción. Hoy, en cambio, el reclamo de la información sobre las declaraciones juradas de los funcionarios públicos es considerado legítimo: los gastos de los funcionarios no son cuestiones de orden privado, sino público.

Para cerrar este apartado, una nota más con alguna pretensión de recapitulación respecto de la cuestión de la visibilidad en Facebook en relación con la característica móvil de las fronteras entre la esfera pública y la privada. Se vio que lo privado se entiende como la capacidad de los individuos de controlar y restringir el acceso a la información sobre el yo y que Facebook se presenta, tal como se expuso anteriormente, como un espacio de exposición y circulación de discursos individuales donde no siempre es el propio individuo quien puede restringir esa llegada, en un contexto en el que se ha facilitado el acceso a la información ajena, como nunca antes, sumada a la posibilidad de ponerla en circulación. Esta plataforma es también un espacio donde algo de lo público puede emerger. Entonces, tal vez Facebook sea un campo privilegiado para la observación de esa imbricación de esferas que parece ser característica de este tiempo.

3. Sobre el lugar que ocupan el diálogo, la deliberación y el disenso en Facebook

Tradicionalmente, el espacio público estaba definido —entre otras características— por ser un espacio de deliberación racionante sobre la cosa pública, donde se exponían los disensos a través del diálogo y cuyo resultado era la construcción de lo que se dio en llamar la opinión pública. Todo ello suponía, desde el punto de vista habermasiano, una visión racionalista de la comunicación humana que ha sido ya largamente cuestionada en tanto ocluye completamente, entre otras cosas, el conflicto⁷. Contrariamente a esta concepción, el conflicto es, tal como lo propone Vázquez (2013), un elemento estructurante de la esfera pública contemporánea, "donde distintos actores se posicionarán de acuerdo a sus intereses y sus estrategias, donde las relaciones asimétricas pueden convertirse en un elemento distintivo" (p. 156). Y este giro supone admitir también, una determinada manera de considerar la relación entre esfera pública o espacio público y práctica política, aspecto respecto del cual acordamos con lo expresado por Grillo (2006):

Identificamos a una práctica como política cuando devela o pone al descubierto que, en la distribución de lo dado, el objetivo que le da sentido está ausente o subjerarquizado. La base misma de lo político es el disenso con respecto a lo dado, a lo establecido, al consenso existente (p. 190).

Así enlazado a la praxis política, el espacio público adquiere la forma de un "ámbito en que la sociedad civil se hace visible frente al poder [y que], puede pensarse a partir de ciertas características que han marcado su continuidad más allá de las particularidades históricas" (Rusconi, 2006: 205-206). Esas características estarían en conexión, siguiendo nuevamente a Rusconi (2006), con los *componentes semánticos* que distingue Caletti (1999): el bien común, lo



político, la visibilidad y la auto presentación. En síntesis: "El espacio público es el lugar donde la sociedad civil puede verse y concebirse como política, como lugar de disputas; el lugar donde puede hablar de los asuntos que le interesan y configuran el bien común" (Rusconi, 2006: 206).

En este marco nos preguntamos: ¿Facebook puede considerarse un espacio de deliberación — es decir, de una disputa argumental con fines de llegar a un acuerdo sobre lo común— o es simplemente un espacio de expresión de discursos individuales? ¿Se dirimen controversias, se gestiona el conflicto o es meramente un ámbito en donde se ejerce algo del orden de la catarsis⁸? En definitiva, la cuestión sería plantear la pregunta por las posibilidades y los límites de la producción de sentido en el marco de esta plataforma.

Algunos autores (Garrido, 2012 y 2014; Ross, Fountaine y Comrie, 2015; Valdettaro, 2011; Vallespín, 2011) señalan que, lejos de ser un ámbito de interacción entre lo diverso, Internet —y en particular las RSI— estaría ofreciendo un espacio de encuentro con lo similar, sea nominado ese espacio como "comunidades de 'amigos' ensambladas por 'afinidades' estilísticas" (Valdettaro, 2011: 17) en las que "un cierto aire de 'familia' —con sus derivaciones semánticas: tribus, comunidades, clanes, etc.— hace linaje" (p. 17) o "un espejo de lo que ya somos o pensamos [que] acabaría por introducirnos en distintos guetos comunicativos, alejándonos del ideal democrático de la sana confrontación de opiniones" (Vallespín, 2011: s/n). ¿Es posible en la plataforma una real deliberación del orden de lo democrático, es decir, en la que tenga participación una variedad disímil de actores o, por el contrario, Facebook estaría delineando zonas de encuentro de discursos que pueden parecer divergentes en algún punto pero que, sin embargo, excluyen por completo a los realmente diferentes? Si esto fuera así, si efectivamente sólo dialogaran allí quienes cuentan con un piso de acuerdo común, esos acuerdos que tendrían lugar en y por la plataforma no constituirían más que espejismos en tanto no sería Facebook en sí mismo quien les da lugar, sino que sólo vendría a reforzar concertaciones previas, otorgándoles visibilidad. Veamos, para ayudarnos a pensar sobre esto, los resultados de algunas investigaciones de corte empírico que tienen a Facebook (y a la participación política que se despliega en dicha RSI) como objeto de cavilación.

En un estudio en el que aborda la participación social y política de los jóvenes en Buenos Aires, Garrido (2012) hace algunas acotaciones en el mismo sentido que lo propuesto aquí en párrafos anteriores. Si bien reconoce a Facebook como un espacio en el que "se producen contextos comunicativos significativos" (p. 121) en relación con cierto potencial dialógico y una confianza recíproca que favorece el intercambio, también señala limitaciones para el desarrollo efectivo de la deliberación, entre ellas, el limitado acceso a Internet en América Latina o las referidas a los códigos cerrados del software, más aún, destaca que las posibilidades de deliberación también se ven limitadas por una tendencia a dialogar con aquellos con quienes se tienen afinidades previas, lo que daría como consecuencia, la construcción de redes cerradas que producirían "cierta resistencia o rechazo a incorporar a aquellos que no comparten los mismos intereses, ideología, pertenencia política, etc." (p. 121). Sobre este tema, Garrido (2012) concluye que si bien no se podría hablar de esfera pública en Facebook dado que no se cumplen los principios normativos habermasianos, sí se evidencian dinámicas alternativas que "en algunos fenómenos sociales asumen centralidad y grados relativos de autonomía de los medios de comunicación tradicionales" (p. 121). En coincidencia con dichos hallazgos, nada diferente encuentra esta autora cuando analiza las páginas de Facebook de la militancia juvenil del Partido de los Trabajadores (PT) en Brasil (Garrido, 2014). Allí se observa: "cierta homogeneidad de la red genera una suerte de endogamia por lo que se haría más difícil que aparezcan comunicaciones e interacciones que difieran con las del propio grupo" (Garrido, 2014: 82).

Asimismo, recientemente la revista *Media, Culture & Society* ha publicado un artículo (Ross, Fountaine y Comrie, 2015) en el que se analizan los mensajes que los miembros del Parlamento



de Nueva Zelanda publicaron en sus cuentas de Facebook en el período previo a las elecciones generales que tuvieron lugar durante 2011 en dicho país, y que puede servir para ilustrar algunas de nuestras hipótesis. Por ejemplo, entre los diversos aspectos que se tienen en consideración, se indaga acerca de la naturaleza y el tono de los comentarios hechos por otros usuarios de la RSI en respuesta a los *posteos*⁹ de los parlamentarios. Allí puede observarse que la mayoría de los comentarios son de apoyo al político en cuestión y sólo una escasísima cantidad de los mismos (un 3%) pertenece a la categoría de "comentarios hostiles" (Ross, Fountaine y Comrie, 2015: 264) y, por lo tanto, vehiculiza alguna posibilidad de disenso o apertura al diálogo o deliberación respecto del mensaje original. Este hallazgo sugiere, según los investigadores neozelandeses, que las páginas y los muros de Facebook estudiados atraen a individuos que adhieren a los parlamentarios en cuestión y advierten, además, que parte de la retórica que rodea a la valoración positiva de esta RSI "es la capacidad de las herramientas para producir señales de aprobación (como el "me gusta" del pulgar hacia arriba)" (Ross, Fountaine y Comrie, 2015: 266) [traducción propia]. Esta ausencia de diálogo, disenso y, sobre todo, de conflicto, es también sostenida por la escasa respuesta que los comentarios reciben, luego, por parte de los políticos cuyos *posteos* abrieron una posible (pero, al parecer, no concretada) conversación; situación que, en consecuencia, lleva a Ross, Fountaine y Comrie (2015) a concluir:

Tal vez, los ciudadanos que comentan los *posteos* de los políticos realmente creen que el acto de la escritura en el muro es, en sí mismo, una forma de compromiso político (Sweetser y Lariscy, 2008) y tal vez lo sea, pero si este se encuentra con un silencio sepulcral del político en cuestión, entonces el significado de tal acto en el ámbito democrático más amplio es bastante más ambiguo (p. 268) [traducción propia].

Por otro lado, si bien Vázquez (2013) señala que la utilización de las TIC "da lugar a una nueva instancia dialógica desespacializada mediada por las interfaces de la denominada Web 2.0" (p. 144), no va de suyo que ese diálogo se instaure con el fin de llegar a un acuerdo a través de la exposición de argumentos y contraargumentos.

En este punto, valdría señalar una diferencia entre lo que Facebook como plataforma estaría prescribiendo o posibilitando, en algún sentido, en lo que hace al diálogo y la discusión, y la manera en la que estas posibilidades son concretizadas por los usuarios. Por ejemplo, tan compleja es la imbricación que se da en Facebook entre lo público y lo privado, que suele pasarse por alto que los enunciados que se *postean* en esta RSI se efectúan en un espacio que puede considerarse, en cierto modo, "privado": el "muro", ya sea el personal o el ajeno. ¿Y por qué es posible considerar el muro como parte de la esfera privada? Porque es un territorio sobre el cual el propietario del perfil en cuestión, generalmente, "busca ejercer control y restringir el acceso a los demás" (Thompson, 2011: 34). Un *posteo* se da siempre en un muro, propio o ajeno y, al fin y al cabo, el "propietario" del muro tiene total soberanía sobre lo que allí se publica: puede eliminar comentarios propios y de terceros y censurar la posibilidad de otros a opinar allí.

Cabe destacar, además, que el diálogo en la plataforma no se instaure en un canal pensado para tales fines desde la interfaz del sitio, sino que es suscitado en los espacios destinados a los comentarios sobre una publicación. Comentarios que, vale aclarar, tienen una jerarquía diferente a la que la interfaz de la red social analizada adjudica al Estado, es decir, a aquel espacio que demanda ¿Qué estás pensando? y en el que es posible publicar textos o imágenes. Es decir que, para volver a las diferencias que intentamos desentrañar en este apartado, podríamos aventurar que Facebook no parece prescribir el diálogo en su plataforma sino, simplemente, comentarios acerca de estados de los usuarios/perfiles/amigos. No es menor, inclusive, que el término elegido para ello sea, precisamente, el de comentario; vocablo que el diccionario de la Real Academia Española define en su segunda acepción como "Juicio, parecer, mención o consideración que se hace, oralmente o por escrito, acerca de alguien o

algo". Resumiendo, es el estado de otro lo que se comenta o lo que se busca que se comente, lo que se debería comentar. La estructura sería, entonces, la de un discurso que genera a su vez muchos otros discursos que sólo dialogan con el primero.

Sin embargo, en estos espacios muchas veces se encuentran también comentarios a comentarios que se convierten en verdaderos intercambios dialógicos, en ocasiones, al punto de apartarse del tema que proponía la publicación originaria. Así, esa lógica prescrita por la plataforma de muchos textos que responden a uno se alteraría y devendría en una multiplicidad de textos que remiten unos a otros, no siempre guardando relación con el primero que los suscitó.

En definitiva, se podría pensar, por un lado, que no parece ser Facebook el lugar del encuentro entre lo diferente en vistas a construir un acuerdo sobre *lo común*, dado que el espacio se presentaría como un ámbito de encuentro de parecidos con escaso lugar para la serendipia. No es un detalle menor, tampoco, el hecho de que no exista en Facebook la posibilidad de señalar que algo no gusta, en contraposición a lo que sucede con el *me gusta* que ha devenido extremadamente polisémico ya que el significado de su uso parece exceder el agrado por el contenido de lo publicado.

Por otro, el diálogo que se establece entre los usuarios —diálogo que, como venimos afirmando, no se genera desde el disenso, sino todo lo contrario y más allá de lo aparente— excedería lo que la plataforma misma parece querer propiciar.

4. Sobre el modo en que Facebook participa de la esfera pública múltiple y móvil

Lejos de la mirada unívoca y estática que suponía la caracterización de la estructura de la esfera pública propuesta por Habermas (1999), autores como Downey (2014) prefieren emplear la noción de *flujo* para pensar una esfera pública en movimiento y dar cuenta de los cambios que suceden en la misma. Además de considerar el modo en que el autor entiende el flujo como un intento de superar la idea habermasiana de esfera pública anclada al concepto de Estado Nación y de atender los procesos transnacionales, sería pertinente recuperar para nuestros propósitos la idea de conflicto que encierra. No porque se parta del presupuesto de que en las redes sociales las diferencias —lo excluido, lo reprimido o lo otro marginal— emerjan y se hagan manifiestas, sino más bien porque cabría preguntarse qué sucede con el conflicto en estos espacios digitales, de qué modo se expresan, qué grado de visibilidad adquieren, qué tipo de disputas aparecen.

En este sentido, tal como lo denuncia Dahlgren (2008), una de las omisiones importantes del modelo propuesto por Habermas (1999) es la de la existencia de esferas públicas alternativas que, incluso durante el período histórico revisado por el referente de la Escuela de Frankfurt, ya estaban presentes y cumplían funciones políticas y sociales fundamentales: sindicatos, movimientos políticos populares, etc. Esta constitución no unívoca parece hoy, tal vez, más palpable y evidente, en tanto, siguiendo a Keane (1997), es posible advertir la "conformación de un complejo mosaico de esferas públicas de diversos tamaños que se traslapan e interconectan" (p. 57). Según Dahlgren (2008), una de las consecuencias de la creciente pluralidad de los espacios públicos alternativos (dentro de los cuales sería posible ubicar a Facebook), consiste en que, cada vez más, "las definiciones que los medios dominantes dan de la realidad ya no pueden permitirse estar en contradicción demasiado flagrante con las experiencias y los puntos de vista de quienes participan en tales movimientos" (p. 259).

Con la intención de dar cuenta de aquello que la noción habermasiana de espacio público dejaba por fuera y de cuestionarla, el filósofo alemán Oskar Negt (2007) introduce la noción de



espacio público de oposición que da cuenta de las tensiones dentro de la conceptualización clásica, en relación con lo que también podría llamarse *esfera pública proletaria*.

En primer lugar, Negt (2007) señala que desde siempre la burguesía, lejos de usar el espacio público para formular el interés general de la sociedad —como lo han querido ver Kant y Habermas—, lo ha hecho para adquirir conocimientos que puedan ponerse al servicio de sus intereses privados. Y en tanto espacio dominado por la burguesía, se presenta como “un objeto fijo, la imagen que presenta esconde la verdadera estructura productiva de la sociedad y notablemente la historia de la formación de diferentes instituciones del espacio público” (Negt, 2007: 55) [traducción propia]. Por lo tanto, tal como lo señala Neumann (2007) en su prefacio al libro de Negt, “el concepto habermasiano de publicidad se presenta así, deliberadamente, como la idealización teórica de una forma política que se asienta sobre el recurso de la violencia y la exclusión de sectores enteros de la sociedad” (p. 8) [traducción propia].

Por el contrario, Negt (2007) considera que es posible pensar el espacio público como forma de organización de la experiencia colectiva si sostenemos la noción de espacio público como “un agrupamiento de fenómenos cuyas calidades esenciales y orígenes difieren completamente” (p. 65) [traducción propia], es decir, compuesto de numerosos elementos que a pesar de presentarse como correspondientes entre sí, en realidad, permanecen ajenos unos de otros. El espacio público, entonces, considerado de esta manera, “es la única forma de expresión que puede religar a todos los miembros de la sociedad, sintetizando sus disposiciones sociales visibles” (p. 56) [traducción propia].

¿Cómo se lograría que el espacio público llegara a ser este lugar de síntesis? Precisamente cuando los grupos sociales excluidos de la deliberación pública entran en acción y toman la palabra por fuera de ese espacio público reconocido. Allí, entonces, se forma un *espacio público de oposición* que recoge las características propias de esos actores sin replicar las de la esfera pública burguesa. Lejos de ver allí una situación disfuncional o una crisis pasajera de representación, estos nuevos espacios públicos de oposición tienen un inmenso potencial, en tanto el espacio público habermasiano no puede ser pensado como un espacio de síntesis de las experiencias sociales a pesar de afirmar su vocación universal. Justamente por esto, surgen esos otros espacios, alternativos, simultáneos, que funcionan con lógicas propias y diferentes de las de los hegemónicos en las que actúan, toman la palabra y se hacen escuchar aquellos que han quedado fuera de los espacios de visibilidad (Neumann, 2007).

El punto de partida de Negt (2007) son experiencias fragmentarias, en palabras de Neumann (2007), “murmillos apenas audibles, y tomas de palabra audaces de los actores” (p.12) [traducción propia] que representan las características inconformistas, resistentes y rebeldes de los seres humanos. Es su idea de una subjetividad rebelde la que funda el espacio público de oposición. Y es este marco, el del surgimiento de estas voces que resisten y que de alguna manera se hacen escuchar hoy a través de las RSI, el que nos sirve de entorno propicio para pensar tanto sobre las nuevas manifestaciones colectivas que tienen a las redes sociales —entre otros espacios— como escenario de expresión como, así también, acerca de las tensiones que pueden producirse entre la agenda temática propuesta por los medios masivos de comunicación y las informaciones que ponen a circular los agentes individuales.

En el registro de esas experiencias singulares, de esos murmullos que juntos van tomando fuerza y van haciéndose más audibles se construye este espacio público de oposición en las RSI. Por ejemplo, la manera en que fueron conectándose y contagiándose las manifestaciones de 2011 (la denominada primavera árabe, el 15M español, el movimiento de Occupy Wall St. y, más cercanamente en lo geográfico, el movimiento de los estudiantes chilenos), hace pensar en cómo estos espacios que surgen para oponerse a esa esfera pública hegemónica van tomando

cuerpo, van haciendo perceptible su palabra en este marco que Castells (2012) postula como una necesaria articulación entre espacio digital y espacio urbano, donde la calle sigue siendo el lugar en el que se pone el cuerpo. En ese sentido, Castells (2012) afirma: "Los movimientos sociales tienen que labrarse un nuevo espacio público que no se limite a Internet sino que se haga visible en los lugares donde se desarrolla la vida social" (p. 27).

Ahora bien, para evitar malentendidos con respecto a esta tendencia, y más allá de las visiones que sostienen la aparición de una pluralidad de esferas públicas —sin que se manifieste de modo claro qué se entiende por esto—, habría que marcar la distinción —tal como ya hemos dicho antes— entre aquello que se hace público y la constitución de una esfera pública. Es decir, entre la visibilidad que tiene la opinión o cualquier tipo de manifestación sobre un tema de interés y aquella opinión crítica que se expresa desde el *público*. Si, por un lado, es evidente la visibilidad que adquieren una multiplicidad de discursos a partir de las tecnologías de lo digital —de allí toda la literatura que ha reflexionado sobre la publicidad de lo íntimo y lo privado en diferentes espacios (Sibilia, 2008; Sabater Fernández, 2014, entre otros)— se deja de lado la conformación de una esfera pública en el sentido que aquí nos interesa: es decir, a partir de la proliferación de discursos que hacen a la constitución de un público en el sentido político del término.

En el marco del ecosistema mediático actual, por otra parte, parecieran establecerse nuevas relaciones entre los tradicionales medios de comunicación de masas y los denominados nuevos medios, registrándose tensiones en las cuales, como afirma Dahlgren (2008), la esfera pública es "lo que está en juego" (p. 261). En este registro, la pregunta por la constitución de agendas temáticas pareciera tomar otra dimensión. Es lo que se desprendería de la perspectiva de Cingolani (2013), quien plantea que la misma está "cada vez menos nucleada en el sistema medios" (p. 111), situación que traería como consecuencia "un acceso a lo público cada vez menos generalizable" (p. 111). En este sentido, consideramos importante pensar la relación entre los diferentes tipos de agenda: en primer lugar, la que proponen los medios masivos, la pública, la agenda interpersonal y, en segundo lugar, aquella, por ahora poco accesible, la que se produce en RSI como Facebook. En particular, porque pareciera que aquello que tiene que ver con la conformación de la agenda en la esfera pública —en su sentido político— sigue estando dominada por la que proponen los medios de masas, a diferencia de lo que sucede con la circulación de discursos públicos —en un sentido amplio— en su capacidad para instalar ciertos temas, en donde la diversidad y pluralidad parecieran dar cuenta de la competencias de distintos espacios.

En este punto, tal vez la perspectiva de Bourdieu (1996) sobre la opinión pública puede ser retomada para pensar los nuevos fenómenos asociados a las RSI. El autor distingue, dentro de la opinión pública, entre aquellas opiniones que responden a públicos "movilizados en torno a un sistema de intereses explícitamente formulado" (p. 146) y las disposiciones o tendencias que no logran transformarse en un discurso coherente, que no son capaces de movilizar otras opiniones, ni de convertirse, en sentido estricto, en una fuerza de opinión. Teniendo en consideración esta diferenciación, RSI como Facebook parecen más próximas a un coro de voces disonantes sobre temas diversos que se van superponiendo unos con otros, que a un foro de discusión donde es posible una plataforma —un suelo común— que permita la proliferación de actores con fuerza de opinión. No hay *público* en la medida que lo que caracteriza a esta red es el *espectáculo del yo* (Ferrer, 2012; Sibilia, 2008), lo que conspira con la posibilidad de constitución de diversos *nosotros*. Esto supone modos de intervención fundamentados en los egos —no sólo cuando las acciones comunicativas se vinculan a lo privado o lo íntimo sino, también, cuando refieren a los asuntos del orden de lo público— que se expresa en esta tendencia creciente al monólogo —a veces enojado y desencajado—, a las discusiones inoperantes y sin posibilidad de continuidad. A su vez, la poca consideración sobre la presencia y la mirada del *otro* a la hora de intervenir, esa

falta de empatía, suele traducirse en una catarata de comentarios que probablemente no se expresarían del mismo modo en otros espacios públicos. Tal como observaron quienes han analizado la participación ejercida en los diversos espacios de opinión que tienen lugar en el ciberespacio, se evidencia un relajamiento de ciertas reglas de la sociabilidad que, en términos de la subjetividad y desde una mirada psicoanalítica, Melman (2005) llamaría "liquidación colectiva de la transferencia" (p. 7). Por su parte, Sarlo (2011) ha planteado una imagen por demás ilustrativa con respecto a esto:

Las redes sociales necesitan de la subjetividad como de una atmósfera en la que flotan todos los demás sentidos. La subjetividad y la intimidad no son simplemente un agregado al mensaje, para volverlo más simple o más personal, sino que lo configura desde adentro. En las redes sociales no hay público ni privado en un sentido clásico: esas categorías se han reconfigurado, para muchos usuarios en términos formales: deben fingir que no hay público ni privado (p. 66).

A nuestro entender, en algunos aspectos Facebook es más una *caja de resonancia* (con características nuevas y propias) de discursos ya constituidos e instituidos, un *espacio* que permite la amplificación y la modulación —bastante desordenada— de determinadas ideas que ya se encuentran circulando en diferentes ámbitos de la sociedad, que un nuevo lugar de participación plena tendiente a la creación de un colectivo que pueda constituirse en un actor social de importancia. El argumento contrario ha retomado, para fundamentar su posición, algunas experiencias donde las RSI jugaron un papel preponderante en diversas movilizaciones políticas alrededor del planeta. Uno de los ejemplos más citados fue la denominada *primavera árabe* a la cual ya hemos hecho alusión. Y aquí es conveniente hacer un paréntesis.

Con mucha soltura se ha hablado en Occidente de la *primavera árabe* como un fenómeno homogéneo (del cual aquí no nos ocuparemos desde el punto de vista político). Sin embargo, conviene tener presente que es imposible homologar lo que sucedió —y sucede— en las distintas regiones y países del mundo árabe con marcadas diferencias políticas, culturales, económicas y sociales entre sí. Claro está que una de las *publicidades* más difundidas ha puesto como denominador común el hecho de ser un movimiento juvenil, laico y gestado a partir del uso de las RSI. Así, decenas de trabajos han sostenido —en un primer momento, de modo entusiasta— (entre ellos, pueden verse: Barrero, 2012; Castells, 2012; El Hamdouni, 2013) la idea de que plataformas como Facebook y Twitter permitieron no sólo una mayor difusión de ciertos movimientos sino, también, que lo hicieron, dadas sus características técnicas, a partir de una concepción horizontal, democrática y con un alto grado de espontaneidad. En cambio, es necesario poner en duda estas afirmaciones presentadas como verdades de Perogrullo y que suelen señalar como bondades aquello que, muy por el contrario, son carencias: tal es lo que sucede con el mencionado *espontaneismo*. No sólo porque gran parte de esas movilizaciones no pudieron convertirse en una fuerza social, sino porque, cuando tuvieron "éxito", sus logros fueron capitalizados por actores ya constituidos en el escenario político tradicional.

En este sentido, algunos han señalado que el papel de las RSI durante la primavera árabe fue sobrevalorado y que su poder es más un mito construido por el periodismo occidental —fascinado por lo nuevo tecnológico— que un fenómeno de carácter real. Así, el periodista árabe Emad Mekay (2011) planteó en su momento:

Las herramientas de los árabes no fueron el buscador de contenidos web Google, Gmail ni las redes sociales Facebook y Twitter. Fueron sus propias "aplicaciones". Una de las aplicaciones nativas más potentes para organizar protestas masivas en Egipto, Túnez, Siria, Yemen y otros países árabes fueron las oraciones musulmanas vespertinas de los viernes (...) [a las cuales] acuden cientos, a veces miles de personas cada

semana, y por eso fueron fundamentales para los levantamientos árabes. Eran los principales lugares de encuentro para los manifestantes, no por su valor espiritual, sino por su capacidad para reunir gente con poco o ningún esfuerzo (...). Un segundo dispositivo ergonómico y amigable para el usuario árabe fue el viejo y tradicional volante en hojas A-4, escrito a mano y ocasionalmente a máquina, para informar de los sitios de reunión y protesta. Esta fue la herramienta favorita del movimiento obrero de Mahala Al Kobra, meca de la industria textil egipcia, y de los descontentos trabajadores marítimos del canal de Suez (p. s/n).

Algo parecido sostuvo Guber (2014) cuando afirmó que las RSI cumplieron un rol importante en una primera etapa, fundamentalmente en los pequeños sectores de la élite juvenil, laica y educada, pero no para las mayorías populares con bajas posibilidades de acceso a las redes sociales. Es más, desde el punto de vista mediático, muchos han valorado más el papel destacado que tuvo Al Jazeera:

La mayoría de los testimonios sobre los acontecimientos que han marcado la actualidad del mundo árabe insisten, por lo demás, en el considerable rol desempeñado por las cadenas satelitales de la región, sobre todo Al-Jazeera. Por su cobertura de los hechos cada vez más abiertamente comprometida con los movimientos de protesta (con la excepción de Bahrein, por razones de proximidad geográfica y política), se puede imaginar que, con un público que reúne por lo regular varias decenas de millones de televidentes, la más célebre de las cadenas árabes ofreció una contribución mucho más decisiva a las rebeliones populares árabes que la de las redes sociales en internet. Estas, en el mejor de los casos, solo reúnen a algunos centenares de millares de usuarios, en general reclutados en categorías sociales más bien favorecidas y en teoría menos sensibles que el resto de la población a los llamados al cambio político (Gonzalez-Quijano, 2011: 119).

Una vez cerrado, entonces, el paréntesis respecto del rol de los medios sociales en los movimientos de la primavera árabe, retomemos las reflexiones respecto de los modos de participación de Facebook en la configuración de la esfera pública actual. Si la descentralización y la proliferación de diversos discursos provocan una cantidad de interrogantes sobre la problemática de la esfera pública como lugar de constitución de un público, el tema de la participación conlleva, en este marco y como ya lo hemos advertido, también una serie de disquisiciones. Por un lado, la aparición de un nuevo sujeto considerado productor/creador y no sólo consumidor o usuario de diversas textualidades, ha sido largamente trabajado. El tema de la participación —condición de existencia de una esfera pública— se torna relevante en la medida en que se pueden realizar interrogantes sobre las características fundamentales que tiene la interactividad en los espacios digitales o, como afirma Žižek (1998), por qué no, la interpasividad. Obviamente esta distinción entre activo e interactivo y pasivo e interpasivo requiere ser interrogada no en el sentido clásico de los estudios de comunicación sino a la luz de los modos en que se producen y circulan los sentidos en los nuevos espacios digitales.

Por otro lado, la cuestión de la participación ha estado sometida a la distinción entre modelos racionalistas y modelos basados en lo somático. Es decir, entre la utopía habermasiana de un público constituido a partir de una participación gobernada por las reglas de la argumentación libre y racional y la idea de un público conformado a través del establecimiento de vínculos emocionales o pasionales. En este punto, el interrogante fundamental es si ambos modelos no comparten un horizonte epistemológico común que supone la discriminación entre lo racional y lo emocional en la acción humana. Tal vez, sería más productivo plantear la tensión dialéctica entre razón y sinrazón como una parte constitutiva de todo fenómeno vinculado a la participación en los asuntos públicos. Desde esta perspectiva, se puede reconocer, incluso en las

acciones consideradas más irracionales, la racionalidad que lo sustenta y, a la inversa, apreciar la sinrazón en lo catalogado de racional, como bien lo ha sostenido toda una tradición que va desde la Escuela de Frankfurt (Adorno y Horkheimer, 2007) a Foucault (2009).

Al respecto, es interesante el planteo de Papalini (2013) que apunta a pensar a los medios de comunicación —masivos y sociales— como espacios de difusión de información pero también de movilización de los afectos. Y es esta movilización lo que podría llevar a la acción en el espacio público:

Los mundos son complementarios y están imbricados. Las interacciones en las redes pueden ser el núcleo de una nueva forma de las relaciones en el espacio público, más cooperativas y en construcción conjunta, capaces de compartir sentimientos y relacionando singularidades (p. 185).

Vimos aquí, entonces, cómo la esfera pública actual es de carácter múltiple y móvil, en tanto el conflicto, las disidencias y los espacios públicos de oposición propulsados por las minorías no pueden permanecer ya ajenos al debate sobre estas cuestiones. No obstante, al interior de Facebook observamos, generalmente, una convivencia de discursos disímiles que no interactúan entre sí, sin ser visibles los unos a los otros. Paralelamente, dentro de esta RSI se gestan microcomunidades en cuyo interior proliferan discursos semejantes que, puestos en contacto, delinean cierto efecto de consenso, de una comunidad de *espíritu*. Asimismo, tanto dentro como fuera de Facebook, razón y emoción ya no pueden ser consideradas polos opuestos sin diagonales que las intersequen. Las RSI en general, y la que aquí nos concierne en particular, se nos presentan, entonces, como una enorme escenografía en la que lo múltiple y lo similar, lo racional y lo pasional, lo conflictivo y lo consensuado actúan e interactúan, se muestran y se solapan de maneras diversas.

5. Recapitulación y cierre

Las preguntas que han guiado este trabajo —que, recordemos, apuntan a conocer los modos en que el funcionamiento de Facebook participa en la configuración de la esfera pública contemporánea y el grado de novedad que reviste dicha intervención respecto de la ejercida por los medios masivos de comunicación—, no están desligadas de la vieja pregunta dialéctica sobre las continuidades y discontinuidades, siempre presente cuando se producen transformaciones que impactan en la vida social. En ese sentido, se hace necesario pensar las tensiones y deslizamientos al mismo tiempo que las persistencias y mixturas entre lo *nuevo* y lo *viejo* como un modo de evitar las polarizaciones estancas: aquellas que ven en dichas transformaciones un cambio de tipo revolucionario o, por el contrario, las que afirman que todo lo que se presenta como nuevo es, en realidad, una reformulación de lo ya dado. Lo que hemos pretendido aquí es aproximarnos a la problemática dando cuenta del carácter complejo, cambiante y ambiguo del fenómeno.

En un texto que tiene ya casi diez años (es decir, de cuando las RSI aún no existían) Rusconi (2006) afirmaba —siguiendo el pensamiento de Caletti (1999)— que los *regímenes de visibilidad* en relación con la constitución de la esfera pública (así como la definición del *bien común* y las posibilidades de *autopresentación*) "son históricas y varían de una época a otra (...) [y que] la articulación entre estos elementos está dada en cada momento por una tecnología particular que marca una gramaticalidad específica y un modo característico de sociabilidad" (p. 206). No es de extrañar que luego proponga: "Así, por ejemplo, en la sociedad burguesa este rol lo cumplió la prensa, en la sociedad de masas la radiodifusión y hoy, en la sociedad mediatizada, el espacio público se organiza en torno a la televisión" (Rusconi, 2006: 206). Nueve años después, nos preguntamos: ¿qué sucede, ahora, en el marco de sociedades altamente mediatizadas y



atravesadas por el desarrollo de las RSI cuyo funcionamiento está marcado por el crecimiento de un ambiente cultural (una *cultura digital*) que, como explica Becerra (2012), propone nuevas formas de concebir los procesos de socialización?

Por un lado, como hemos visto, una de las novedades que ha traído Facebook es la inusitada visibilidad —decíamos, una puesta en circulación sin precedentes— de las opiniones individuales (ya sea sobre asuntos públicos, privados o, incluso, íntimos) aunque eso no signifique necesariamente la constitución de un público en el sentido político del término. En este marco, la *cultura participativa* de la que habla Jenkins (2008) se encuentra en tensión, o directamente choca, con la *espectacularización del yo* a partir de la exhibición de lo íntimo y privado (incluso, hemos propuesto arriba considerar el proceso denominado como *mediatización de lo íntimo*). Estas tensiones o choques van socavando los límites de lo que tradicionalmente se llamaba el ámbito de lo público, lo privado y lo íntimo, hasta hacer desaparecer dichas fronteras. La imposibilidad de fijar con mayor precisión esos contornos conlleva, en consecuencia, y como ya hemos dicho en el apartado anterior, la configuración de una esfera pública que es cada vez menos unívoca y estática.

Por otro lado, esto hace aún más evidente que el concepto clásico de esfera pública no es pertinente para entender lo que sucede en las RSI. Sobre todo porque carece de elementos fundamentales: no es el diálogo, la racionalidad comunicativa y el consenso lo que allí generalmente se produce. Si bien es cierto que ese modelo habermasiano ha venido *fallando* desde su origen, como hemos señalado, en las redes dicha grieta se hace más evidente porque lo que prima es otro tipo de lógica, en la cual la tensión entre lo racional y lo somático genera vínculos donde no parece constituirse, por lo menos por ahora, un *nosotros* más que como espasmos puramente momentáneos. Aventuramos, entonces, la hipótesis de que Facebook podría pensarse como un nuevo espacio de emergencia de lo común, en donde adquieren visibilidad y se viralizan opiniones concebidas en la vida *online* y *offline*, pero que no necesariamente van a derivar en praxis política. Praxis que no es, por esencia, posible si prima, como hemos visto, la ausencia de serendipia, la oclusión del encuentro con el *otro* diferente.

A futuro, y entre otras posibles nuevas vías de indagación, queda planteado el desafío por conocer de qué modos los discursos visibilizados en Facebook adquieren (o se articulan con), ya fuera de la plataforma, algunas de las otras dos visibilidades reconocidas por Thompson (2011): ya sea la *visibilidad situada de la co-presencia* propia del espacio público tradicional o la *visibilidad mediática* que posibilitan los medios masivos de comunicación. Así como también se hace necesario afinar, de aquí en más, los mecanismos que nos permitan estudiar (y, para ello, observar empíricamente) las tensiones que se producen, en la actualidad, entre la agenda temática propuesta por los *mass media* y las informaciones que (a modo de una agenda alternativa) ponen a circular los agentes individuales a través de RSI como Facebook.

El fin principal que ha guiado nuestra reflexión hasta aquí expuesta se funda en la certeza de que es a partir de la puesta en circulación de estas ideas —y de otras que pudieran surgir de este texto o de la discusión misma sobre la temática— que iremos encontrando algunas respuestas parciales, provisionales pero seguramente valiosas y orientadoras para seguir pensando una problemática, que por lo novedosa, está sometida a una variada cantidad de interrogantes.

6. Referencias bibliográficas

- [1] ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. (2007). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Akal.
- [2] ALEXA (2014). Top Sites in Argentina. Top Sites (By Country). The Web Information Company. Recuperado de <http://www.alexacom/topsites/countries/AR>



- [3] APEL, K-O. (2008). *Semiótica filosófica*. Buenos Aires: Prometeo.
- [4] ARENDT, H. (2008). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.
- [5] AUSTIN, J. (2008). *Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós.
- [6] BARRERO, A. (2012). TIC, movilización ciudadana y democracia: el papel de las redes sociales. En MESA, M. (coord.) *Cambio de ciclos: crisis, resistencias y respuestas globales. Anuario 2012-2013*. Madrid: Centro de educación e investigación para la Paz. Recuperado de <http://www.ceipaz.org/images/contenido/AnuarioCEIPAZ2012-compl.pdf>
- [7] BECERRA, M. (2012). Redes y medios: la resurrección de la política. En AA.VV. *En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*, Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación.
- [8] BOURDIEU, P. (1996). La opinión pública no existe. *Voces y Cultura*, N°10. Barcelona, II Semestre.
- [9] BOURDIEU, P. (2010). La lectura: una práctica cultural. En *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- [10] CALETTI, S. (1999). Repensar el espacio público. Ponencia presentada en el *Seminario Internacional Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina*. FELAFACS-PUC del Perú, Lima.
- [11] CARRIER (2014). Internet es igual a redes sociales. En "Comentarios", Newsletter de Carrier y Asociados, N° 543, 25 de julio de 2014.
- [12] CASTELLS, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza.
- [13] CINGOLANI, G. (2013). El acceso a lo público. Agendas, espacios-tiempos mediáticos y transformaciones de los dispositivos. En FERNÁNDEZ, M. [et al.]; GIORDANO, C (dir.), *Lo público en el umbral. Los espacios y los tiempos, los territorios y los medios*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- [14] COMSCORE (2013). *Futuro Digital Latinoamérica 2013*. Estado actual de la industria digital y las tendencias que están modelando el futuro. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/kiklio/futuro-digital-latinoamerica2013by-comscore>
- [15] CULIOLI, A. (2010). *Escritos*. Buenos Aires: Santiago Argos.
- [16] DAHLGREN, P. (2008). El espacio público y los medios ¿Una nueva era?. En VEYRAT-MASSON y DAYAN (comps.), *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- [17] DEBORD, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Chile: Naufragio.
- [18] DOWNEY, J. (2014). Flux and the public sphere. *Media Culture Society*, 36(3), 367-378.
- [19] EL HAMDOUNI, J. (2013). Internet y la primavera árabe. Hacia una nueva percepción del ciberespacio. En *Paix et Sécurité Internationales*, N° 1, enero-diciembre, pp. 167-173. Recuperado de <http://catedras.uca.es/jean-monnet/revistas/paix-et-securite-internationales/numerosPSI/psi-01-notes-el-hamdouni-internet.pdf>
- [20] FERRER, C. (2012). *El entramado. El apuntalamiento técnico del mundo*. Buenos Aires: Ediciones Godot.
- [21] FOUCAULT, M. (2009). La vida: la experiencia y la ciencia. En GORGI, G. y RODRÍGUEZ, F. (comps.) *Ensayos sobre biopolítica. Excesos de vida*. Buenos Aires: Paidós.



[22] FRASER, N. (1992). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. En CALHOUN (Ed.) *Habermas and the public sphere*, pp. 109-142. Cambridge, MA: MIT Press.

[23] GARRIDO, N. (2012). Ciberparticipación en Buenos Aires: ¿los sitios de redes sociales como espacio público? *IRIE, Internacional Review of Information Ethics*, 18, 118-126.

[24] GARRIDO, N. (2014). *Medios sociales para fines políticos: el caso de la militancia juvenil del PT y las páginas de Facebook. Más allá de las dicotomizaciones*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de Buenos Aires.

[25] GONZALEZ-QUIJANO, Y. (2011). Las revueltas árabes en tiempo de transición. Mitos y verdades. *Revista Nueva Sociedad*, 235. Recuperado de http://www.nuso.org/upload/articulos/3800_1.pdf

[26] GRILLO, M. (2006). La participación del público en los medios o la política en el mercado. En GRILLO, M., RIZZO, A. y BERTI, S. (comps.) *Con los medios de por medios*. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto.

[27] GUBER, R. (2014, 17 de octubre). Soy un jubilado activo. Entrevista realizada por el Diario la Nación. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1736051-roman-gubern-soy-un-jubilado-activo>

[28] HABERMAS, J. (1989). The Public Sphere. En SEIDMAN, S. (ed.) *Jüngen Habermas on Society and Politics. A reader*. Boston: Beacon Press. Traducción de Daniel M. Giménez.

[29] HABERMAS, J. (1999). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gili.

[30] JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture*. Barcelona: Paidós.

[31] KEANE, J. (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. *Estudios Sociológicos*, 43, 47-77.

[32] MEHL, D. (1997). La 'vida pública privada'. En VEYRAT-MASSON y DAYAN (comps.). *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa.

[33] MEKAY, E. (2011, 26 de diciembre). Las verdaderas herramientas de la primavera árabe. *Inter Press Sevice*. Recuperado de <http://www.ipsnoticias.net/2011/12/columna-las-verdaderas-herramientas-de-la-primavera-arabe/>

[34] MELMAN, Ch. (2005). *El hombre sin gravedad. Gozar a cualquier precio*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.

[35] MORLEY, D. (2008). Asuntos públicos e historias íntimas: mediación, domesticación y dislocación. En *Medios, modernidad y tecnología. Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

[36] NEGΤ, O. (2007). *L'espace public oppositionnel*. Paris: Payot.

[37] NEUMANN, A. (2007). Oskar Negt et le courant chaud de la Théorie critique: Espace public oppositionnel, subjectivité rebelle, travail vivant. En NEGΤ, O. *L'espace public oppositionnel*. Paris: Payot.

[38] ONTSI (2011). *Las redes sociales en Internet*. España: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI.



- [39] PAPALINI, V. (2013). Público, privado, íntimo: las tramas de la vida social. En FERNÁNDEZ, M. [et.al.]; GIORDANO, C (dir.). *Lo público en el umbral. Los espacios y los tiempos, los territorios y los medios*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- [40] ROSS, K., FOUNTAINE, S. y COMRIE, M. (2015) Facing up to Facebook: politicians, publics and the social media(ted) turn in New Zealand. *Media, Culture & Society*, 37(2), 251–269.
- [41] RUSCONI, C. (2006). Espacio público mediático, comunidad y ciudadanía. En GRILLO, M., RIZZO, A. y BERTI, S. (comps.) *Con los medios de por medios*. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- [42] SABATER FERNANDEZ, C. (2014). La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en Internet. *Aposta, Revista de Ciencias Sociales*, N° 61.
- [43] SARLO, B. (2011). *La audacia y el cálculo*. Buenos Aires: Sudamericana.
- [44] SIBILIA, P. (2008). Yo privado y el declive del hombre público. En *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica.
- [45] SINCA (2013). *Encuesta de consumos culturales y entorno digital. Computadora, internet y videojuegos*. Buenos Aires: Sistema de Información Cultural de la Argentina. Recuperado de: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/encuestas/archivos/videojuegos-01-a4.pdf>
- [46] STEIMBERG, O. y TRAVERSSA, O. (1997) De lo privado a lo público: acerca de un tránsito de la figuración del cuerpo en los medios. En *Estilo de época y comunicación mediática*. Tomo I. Buenos Aires: Atuel.
- [47] THOMPSON, J. (1996). La teoría de la esfera pública. *Voces y Cultura*, 10.
- [48] THOMPSON, J. (1998). La transformación de la visibilidad. En *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- [49] THOMPSON, J. (2011) Los límites cambiantes de la vida pública y privada. *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, 15, 11-42.
- [50] VALDETTARO, S. (2011). Audiencias: de las 'redes sociales' a las 'asociaciones en red'. En *Interfaces y pantallas: análisis de dispositivos de comunicación*. Rosario: UNR Editora.
- [51] VALLESPÍN, F. (2011). Redes sociales y democracia: ¿un cambio cualitativo? *Revista Telos*, N° 89 – Octubre/diciembre.
- [52] VÁZQUEZ, M. (2013). Primeras aproximaciones a la esfera pública virtual. En FERNÁNDEZ, M. [et.al.]; GIORDANO, C (dir.). *Lo público en el umbral. Los espacios y los tiempos, los territorios y los medios*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- [53] VERÓN, E. (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- [54] VERÓN, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá: Editorial Norma.
- [55] VERÓN, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires: Gedisa.
- [56] VERÓN, E. (2009). El fin de la historia de un mueble. En CARLÓN, M. y SCOLARI, C. (eds.). *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.
- [57] VERÓN, E. (2012). Prólogo. En CARLÓN, M., FAUSTO NETO, A. (comps.). *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía.
- [58] ŽIŽEK, S. (1998). El sujeto interpasivo. En Slavoj Žižek en español. Recuperado de <http://www.geocities.ws/zizekencastellano/artsubjectinterpasif.html>



¹ Este artículo recupera parcialmente y desarrolla las reflexiones presentadas en ocasión del *Coloquio Internacional del CIM 2014 "Relatos de investigaciones en Mediatizaciones"* organizado por el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina.

² Proyecto "Redes sociales, medios y esfera pública: transformaciones en los lazos sociales entre la postmassmediatización y la inmediatez", radicado en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR y ejecutado en el CIM.

³ Adscribimos, aquí, a la concepción de *mediatización* tal y como fue presentada por Verón (2001). Asimismo, en su libro *Fragments de un tejido* el semiólogo explica el pasaje de las denominadas sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas: "la sociedad mediatizada emerge a medida que las prácticas institucionales de una sociedad mediática se transforman en profundidad porque existen los medios (...). El paso de las sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas expresa en realidad la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social" (Verón, 2004: 224).

⁴ Como nos recuerda Thompson (2011), tanto en los originarios planteos de Arendt (2008) como en los de Habermas (1999) ya estaba presente el reconocimiento del lugar esencial otorgado al lenguaje y al discurso como elementos constitutivos de la esfera pública.

⁵ Aquella en la cual "el interpretante que se instala progresivamente como dominante es una *configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual, no mediatizado, del destinatario*" [el destacado es del autor] (Verón, 2009: 239).

⁶ Aquí bien podríamos recuperar la siguiente advertencia de Rusconi (2006): "Cuando un grupo social participa de una deliberación o manifestación respecto de temas de interés colectivo, esta expresión no participa del espacio público si sólo los participantes constituyen el público, es decir que requiere que esa manifestación parcial de la opinión se difunda a un público más amplio" (p. 206).

⁷ Entre esas otras cosas que la mirada habermasiana de la comunicación elude —en tanto, como lo explica Apel (2008), tiene los vicios propios de una heredera de la teoría de los actos de habla propuesta por Austin (2008)— es, precisamente, la condición de inevitabilidad de la existencia de desajuste o desfase propia de la comunicación humana. Para ampliar sobre lo *irrebasable* de ese *desajuste* o *desfase* recomendamos ver Culioli (2010) y Verón (1998).

⁸ Pensamos, por caso, tanto en las expresiones en relación a hechos de inseguridad o de corrupción, como en aquellas que no tienen un componente de crítica o denuncia. Un ejemplo reciente propio del ámbito argentino podrían ser las expresiones de alegría que circularon en Facebook, durante los primeros días del mes de agosto de 2014, frente a la recuperación de la identidad del nieto (apropiado durante la última dictadura militar que sufrió el país) de la presidente de Abuelas de Plaza de Mayo, Estela de Carlotto.

⁹ La palabra *posteo* es un neologismo derivado del sintagma anglosajón *post* y refiere a la publicación de textos, enlaces, imágenes o videos que se llevan a cabo en el muro de Facebook. Dicho *posteo* puede ser objeto de comentarios (por parte del mismo autor o de otros usuarios de esta RSI) que se realizan sobre estas publicaciones o *posteos*.

