

DE LOS SALONES LITERARIOS A LAS COMUNIDADES VIRTUALES. EL ESPACIO PÚBLICO COMO ESCENARIO DE DISPUTA PARA EL CAMBIO SOCIAL

FROM THE LITERARY SALONS TO VIRTUAL COMMUNITIES. PUBLIC SPACE AS THE SCENE OF CONTENTION FOR SOCIAL CHANGE

Dra. Valeria Fernández Hasan
INCIHUSA - CONICET
vfhasan@lab.cricyt.edu.ar
Mendoza, Argentina

Resumen

Entre las mutaciones culturales más notables, consecuencia de la incidencia de los medios de comunicación en la vida cotidiana de las personas, se encuentra la redefinición de la relación entre lo público y lo privado, relación largamente teorizada y debatida por disciplinas diversas. Aquí nos ocupa especialmente el ámbito de lo público como el espacio de discusión de la cosa pública. En este sentido nos preguntamos por los avatares históricos, políticos y teóricos de una noción tan polisémica como controvertida. Desde la ya clásica definición de Habermas acerca del espacio público moderno hasta las nuevas modalidades de lo público, con características de virtual y ampliado, lo que pretendemos es esbozar los contornos de un espacio indiscutiblemente relevante en cuanto es allí donde se sigue jugando la participación, la inclusión y el debate por la cosa pública. El advenimiento de Internet junto a las perspectivas abiertas en este proceso de ensanchamiento del espacio público y su consecuente ampliación de la contestación discursiva, nos llevan a analizar las modalidades actuales de conformación del espacio público y las posibilidades reales de que diversos contrapúblicos encuentren un lugar posible de construcción de alternativas políticas que sienten las bases para el cambio social.

Palabras claves: Espacio público, contrapúblico, cambio social, Internet.

Abstract

Among the most important cultural changes, the result of the impact of media on the daily lives, is the redefinition of the relationship between public space and private space, relationship discussed at length by various disciplines. Here we are concerned especially the area of public space as the discussion of public affairs. In this regard we ask for the historical, political and theoretical notion of a polysemic so as controversial. Since the classic definition of Habermas about the modern public space until new modalities of the public, with characteristics of virtual and expanded, what we want is to outline the contours of an indisputably important as that is where participation is still playing, the inclusion and discussion by the public. The advent of the Internet along with the prospects for the widening of public space and the consequent expansion of the answer discursive us to analyze the current shape of public space and the real possibility that several against publics find a place as possible to build alternative policies that lay the groundwork for social change.

Key words: Public space, against public, social change, Internet.

(Recibido el 05/10/08)
(Aceptado el 28/01/09)

Introducción

Los últimos años han sido testigos de cambios culturales tan radicales como vertiginosos. El grado de responsabilidad de los medios de comunicación en estas transformaciones no tiene que ver solamente con las innovaciones tecnológicas sino con que las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC) propician formas novedosas de interacción, nuevos tipos de relaciones sociales y de maneras de relacionarse. Tal como señala John Thompson (1998), el desarrollo de las tecnologías comunicativas ha modificado de manera profunda e irreversible la naturaleza de la producción simbólica y el intercambio en las sociedades contemporáneas, creando formas alternativas de acción e interacción y nuevas maneras de ejercer el poder que no siempre están asociadas al hecho de compartir un lugar común.

Entre las mutaciones culturales más notables, consecuencia de la incidencia de los medios en la vida cotidiana de las personas, se encuentra la redefinición de la relación entre lo público y lo privado, relación largamente teorizada y debatida por disciplinas diversas. Aquí nos ocupa especialmente el ámbito de lo público como *el* espacio de discusión de la cosa pública. En este sentido nos preguntamos por los avatares históricos, políticos y teóricos de una noción tan polisémica como controvertida. Desde la ya clásica definición de Habermas¹ acerca del espacio público moderno hasta las nuevas modalidades de *lo público*, con características de virtual y ampliado, lo que pretendemos es esbozar los contornos de un espacio indiscutiblemente relevante tanto para la comunicología como para la política, en cuanto es allí donde se sigue jugando la participación, la inclusión y el debate por la cosa pública. Prestar atención, por ejemplo, a las posibilidades novedosas, de actualización constante e incorporación de públicos variados, que propicia la conformación de contrapúblicos discursivos a través de las NTIC puede coadyuvar al estudio de los espacios sociales, políticos y culturales que favorecerían el cambio social. Al hablar de contrapúblicos nos referimos, específicamente, a la propuesta de Fraser (1992) en cuanto a la existencia de lo que denomina *contrapúblicos subalternos*, es decir, aquellos escenarios discursivos paralelos en los que miembros de grupos sociales subordinados crean y circulan contradiscursos o discursos alternativos al hegemónico, para formular interpretaciones oposicionales de sus identidades, intereses y necesidades. En este sentido, la función de estos contrapúblicos es ampliar tanto los asuntos a tratar en el debate público como los sujetos capaces de formar parte de ese debate.

La expansión de un *no lugar- no espacio* más democrático y accesible como Internet, donde grupos históricamente silenciados se expresan, escuchan, alientan, incluso se agitan y estimulan para lograr acciones tendientes a producir modificaciones en el campo de las prácticas políticas reales (tal el caso, entre otros, de los movimientos antiglobalización, las feministas o algunos de los llamados nuevos movimientos sociales) resulta de interés primordial para las ciencias sociales y, fundamentalmente, para el análisis del espacio público y sus potencialidades como herramienta para la política, como práctica y como teoría.

Para comprender qué entendemos hoy por espacio público, cómo ha ido transformándose en virtud de los cambios tecnológicos de los medios de comunicación y qué se dice cuando se asegura que se ha ampliado, comenzaremos por hacer un breve recorrido por sus inicios y alcances a lo largo de la modernidad para luego detenernos en las modificaciones sufridas en el siglo XX como consecuencia de los medios de comunicación. Finalmente, veremos qué ha sucedido con el advenimiento de Internet y las perspectivas que ésta ha abierto para el ensanchamiento del espacio público y su consecuente ampliación de la contestación discursiva.

¹ De acuerdo con Habermas, entre la esfera de la autoridad pública o el Estado, de una parte, y la esfera privada de la sociedad civil y las relaciones personales, de la otra, emergió una nueva esfera de lo público: una esfera pública burguesa cuyos individuos particulares se reunían para discutir entre ellos la regulación de la sociedad civil (Habermas, 1989).

El espacio público moderno. De Habermas a Thompson

Jürgen Habermas atribuye un importante papel a la imprenta en la definición del espacio público moderno. De este modo, la palabra escrita, manifestada por encima de todo en los semanarios críticos morales y los periódicos políticos de principios del siglo XVIII, jugó un papel decisivo en la estimulación del debate entre individuos particulares. Habermas hace especial hincapié, no en las características distintivas de la imprenta como medio de comunicación, sino en el modelo de comunicación basado en la palabra hablada favorecido por la imprenta: “la prensa periódica era parte de la conversación que empezó y continuó en locales compartidos de la sociabilidad burguesa” (Thompson, 1998: 175). De esta manera, lo que Thompson señala es que mientras la prensa jugó un papel crucial en la formación de la esfera pública burguesa, ésta fue conceptualizada por Habermas no en relación a la imprenta, sino en relación con las conversaciones cara a cara estimuladas por ella. Esta interpretación indicaría que la explicación de Habermas lleva la huella de la concepción griega clásica de la vida pública: los salones, clubes y cafeterías de París y Londres eran el equivalente a las asambleas y las plazas de la Grecia antigua².

En la ciudad estado griega, la esfera de la polis, común al ciudadano libre está estrictamente separada de la esfera del oikos, en la que cada uno ha de apropiarse aisladamente de lo suyo. La vida pública, bios políticos, se desenvuelve en el ágora, pero no está localmente delimitada: la publicidad se constituye en la conversación. En alemán se encuentra ya a mediados del siglo XVI la palabra privat, derivada de la latina privatus y con la misma significación que por entonces habían adquirido private en inglés y privé en francés. Quiere decir “sin oficio público”. Privat alude a la exclusión de la esfera del aparato estatal. Público tiene que ver con el Estado formado con el absolutismo, que se objetiviza frente a la persona del dominador. Das Publikum, the public, le public, el público, es en contraposición a la “privacidad”, el poder público. Los servidores del Estado son personas públicas, tienen un oficio público, los negocios de su oficio son públicos y públicos se llama a los edificios y establecimientos de la autoridad. Del otro lado están la gente privada, los cargos y oficios públicos, los negocios públicos y los hogares privados. Enfrentados a la autoridad están los súbditos excluidos de ella; aquélla sirve al bien común, éstos persiguen su proyecto privado. Desde mediados del siglo XVII se habla en Inglaterra de public, mientras que hasta ese momento se utilizaban los términos world y mankind. Por esa época asoma también en francés le public como calificación de aquella realidad que, siguiendo el diccionario de Grimm, se conceptuó en la Alemania del siglo XVIII como término procedente de Berlín: Publikum. A finales del siglo XVII surge el término inglés publicity, derivado del francés publicité. La crítica misma se expone en forma de “opinión pública”, noción acuñada en la segunda mitad del siglo XVIII a partir de la francesa opinion publique. Casi por la misma época surge en Inglaterra public opinion; y hacia tiempo que se hablaba de general opinion (Habermas, 1989; Fernández Hasan, 2003).

Desde mediados del siglo XVI en adelante, lo “público” empezó a significar, cada vez más, actividad o autoridad relacionada con o derivada del Estado, mientras que lo “privado” se refería a aquellas actividades o esferas de la vida que quedaban excluidas o estaban separadas de él. De esta dicotomía se solapa parcialmente en el transcurso de los siglos XVIII y XIX, la distinción entre sociedad civil y Estado.

El dominio privado incluye la propiedad privada de las organizaciones económicas que operan en el mercado económico y que están orientadas, en cierta medida, a la obtención de beneficios, así como un conjunto de relaciones personales y familiares que pueden ser informal o formalmente establecidas con la aplicación de la ley. El dominio público, a su vez, incluye un conjunto de instituciones estatales o casi estatales que van desde el servicio civil hasta una variedad de organizaciones de beneficencia; también incluye las organizaciones económicas propiedad del Estado. Entre los dominios de lo público y lo privado surgieron, en las últimas décadas del siglo XX, organizaciones intermedias que resultan instituciones privadas no

² Según Thompson, esto explica por qué Habermas interpreta el impacto de la TV y la radio como algo negativo. El tipo de situaciones comunicativas que crearon, donde la recepción de los productos mediáticos se convirtió en una forma de apropiación privada, está lejos del intercambio dialógico que tenía lugar entre los individuos que se agrupaban en clubes y cafeterías a principios de la Europa moderna (Thompson, John. Op. Cit.).

estatales en relación a su estatuto legal, pero legal y operativamente distintas de las organizaciones económicas de propiedad privada orientadas a la obtención de beneficios (Thompson, 1998).

Una segunda concepción presentada por Thompson habla de lo “público” como lo abierto o disponible al público. Lo que es público es lo que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos. Lo que es privado es lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto o dentro de un círculo restringido de personas. Tiene que ver con lo público versus lo privado, con la apertura versus el secretismo, con la visibilidad versus la invisibilidad.

En los orígenes, la esfera pública política surge, directamente de la esfera pública literaria, en los salones, cafés y periódicos. Su primera definición es ser un espacio en el que las personas privadas hacen uso público de su razón: la esfera de las personas privadas reunidas en un público. Esta comunicación postula una igualdad de naturaleza entre sus diferentes participantes. La esfera pública política no conoce las distinciones de órdenes y los estamentos que jerarquizan la sociedad. Se establece a priori una igualdad entre los individuos que sólo distingue la mayor o menor evidencia y coherencia de los argumentos esgrimidos. Es en consecuencia, un espacio homogéneo y unificado que sólo acepta sus propios principios de diferenciación (Chartier, 1995). Sin embargo, tal como señalara Condorcet (2001 [1792]), la opinión pública, idealmente universal, se debe adaptar a la evidencia de las brechas culturales y no resulta muy fácil hacer coincidir lo absoluto del concepto con las realidades del mundo social. Roger Chartier, aclara a este respecto que, el “público que lee” no es toda la sociedad y quienes pueden producir un escrito son menos aún. En este sentido, Nancy Fraser (1992), ha señalado que el potencial utópico de la concepción burguesa de la esfera pública nunca se realizó plenamente en la práctica, sino que siempre existieron públicos rivales donde las relaciones entre el público burgués y los demás públicos fueron históricamente conflictivas. Así, casi desde un inicio, diversos contrapúblicos contestaron las normas excluyentes del público burgués y elaboraron otros estilos de comportamiento político y normas alternativas de discurso público. En el mismo orden, Chartier comenta que no todos los ciudadanos son aptos para emitir su juicio y contribuir a la formación de la opinión ilustrada³. La opinión convertida en pública, cuando es pensada como parte actora y no como actuada, pierde su carácter general, excluyendo de hecho a las multitudes que no tienen competencia para dictar las sentencias que proclama. Chartier lo expresa claramente al relatar que la oposición entre lo público y lo popular constituye, para algunos pensadores del siglo XVIII, una dicotomía irreductible: el público no es un pueblo. En las últimas décadas del Antiguo Régimen la opinión pública estaba precisamente definida como lo contrario de la opinión de la mayoría. Opinión versus populacho en Condorcet, la opinión de los hombres de letras versus la opinión de la multitud en Marmontel, el público verdaderamente ilustrado versus la multitud encefalada y ruidosa en D’Alembert o la opinión de los hombres ilustrados que precede a la opinión pública y termina por dictar a ésta su ley versus la opinión popular, también en Condorcet (Chartier, 1995).

Con el ingreso de los medios masivos de comunicación y su instauración a nivel planetario la situación cambia. No sólo es el público de la esfera pública el que se amplía sino sus posibilidades de participación. De acuerdo con Nancy Fraser (1992) los medios de comunicación que constituyen el soporte material para la circulación de los diferentes puntos de vista que atraviesan una sociedad son de propiedad privada y responden a intereses ideológicos y económicos muy puntuales. En consecuencia, los grupos sociales subordinados normalmente carecen de un acceso igual a los medios materiales y de este modo, no tienen la misma participación. Dicho de otra manera, la economía política refuerza estructuralmente lo que la cultura logra informalmente.

No obstante, los medios pueden ser también lugares de producción de estrategias alternativas que pongan en cuestión el *status quo*: debates, imágenes, polémicas y

³ En este punto coinciden casi todos los teóricos. Así, según Fraser (ibid), la ilusión de una plena accesibilidad del público burgués nunca se realizó en la práctica: las mujeres de todas las clases y etnicidades fueron excluidas de una participación política oficial en base a su género mientras que los hombres plebeyos fueron excluidos formalmente por los requerimientos de propiedad. Además en muchos casos mujeres y hombres de todas las clases de etnicidad distinta fueron excluidos por razones raciales.

contradiscursos también se manifiestan en los contenidos de los medios en general y de algunos en particular (Gramsci, 1975).

Si bien Habermas indica que la emergencia de públicos adicionales debe entenderse como un desarrollo tardío de la esfera pública en las sociedades burguesas, desarrollo que señala la fragmentación y el declive, Fraser, sostiene en cambio, que donde persista la desigualdad, los procesos de deliberación tenderán a operar con ventaja para los grupos dominantes y desventaja para los subordinados. Estos efectos pueden exacerbarse si, a la manera de Habermas, sólo existe una sola esfera pública comprensiva. En este escenario, los miembros de los grupos subordinados no tienen espacio para la deliberación respecto de sus necesidades, objetivos y estrategias. En esta situación resulta menos probable que puedan "encontrar la voz correcta o las palabras para expresar sus pensamientos" y más probable que "mantengan sus necesidades inarticuladas" (Fraser, 1992: 8). Inversamente, en la medida que emerjan contrapúblicos como respuesta a exclusiones en los públicos dominantes, ayudarán a expandir el espacio discursivo.

El espacio público transformado.

De acuerdo a la mirada de Habermas, el espacio institucional para la esfera pública burguesa empezó a derrumbarse a medida que los Estados asumieron un creciente carácter intervencionista y tomaron una mayor responsabilidad en la gestión del bienestar de los ciudadanos, y que los intereses de distintos grupos de poder se convirtieron en parte constitutiva del proceso político. Habermas agrega además que las instituciones que habían ofrecido un *forum* a la esfera pública burguesa o desaparecieron o sufrieron un cambio radical. Las tabernas y las cafeterías perdieron atractivo, y la prensa periódica se fue convirtiendo en un grupo de instituciones mediáticas cada vez más organizadas en relación a intereses comerciales a gran escala. En este orden, la vida pública asumió un carácter casi feudal en el sentido que comenzaron a emplearse sofisticadas técnicas mediáticas para dotar a la autoridad pública del tipo de aura y prestigio que se había concedido a las figuras reales. Esta refeudalización de la esfera pública convirtió, según él, la política en un show dirigido. De este modo, la población quedó excluida de la discusión pública y de los procesos de toma de decisión y empezó a ser tratada como un recurso que los líderes políticos pueden utilizar, con la ayuda de técnicas mediáticas, para obtener suficiente consentimiento y legitimar sus programas políticos (Thompson, 1998)⁴. La espectacularidad característica de la actual política mediática y su preocupación por cultivar un aura personal, antes que estimular el debate crítico, podría parecerse, a primera vista, al tipo de propiedad pública representativa típica de la Edad Media. Sin embargo, tal como indica Thompson, la similitud es más aparente que real. El desarrollo de los medios de comunicación ha creado nuevas formas de interacción, nuevas maneras de visibilidad y nuevas redes de difusión de la información, todo lo cual ha alterado el carácter simbólico de la vida social. Progresivamente, el fenómeno de la propiedad pública se ha desvinculado de la idea de una conversación dialógica en un lugar físico compartido y se ha convertido en des-espacializada y no dialógica, y más vinculada al tipo de visibilidad distintiva producida por y a través de los media (Thompson, 1998)⁵.

Si bien hoy la forma tradicional permanece como una característica importante de las sociedades modernas, y podemos apreciarlo en la importancia de los mítines y debates políticos, las manifestaciones callejeras, etcétera; la transformación de los medios de comunicación ha creado formas nuevas de propiedad pública, diferentes de la basada en la co-presencia. La característica fundamental es que las acciones y los acontecimientos dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar común. Las noticias referidas a ellos pueden ser dadas a conocer a través de grabaciones y transmisiones a quienes no están físicamente

⁴ Según Peter Dahlgren (1997), la función crítica del periodismo pasó a segundo plano ante el auge de la publicidad, del espectáculo y de las relaciones públicas. De este modo, la opinión pública ya no resulta el producto de un discurso racional, sino que se fabrica con la ayuda de la publicidad y de la manipulación mediática.

⁵ Bajo la idea moderna de espacio público, un acontecimiento se convertía en público al presentarse ante una multitud de individuos físicamente presentes en el momento en que acontecía. Se trataba de un acontecimiento público que era un espectáculo para ser visto, oído, sentido. Además poseía un carácter esencialmente dialógico. Los individuos que hablaban o actuaban en esas ocasiones lo hacían ante otros que podían contribuir al acontecimiento.

presentes en el tiempo y el espacio en el que ocurren. Como indica Thompson, las acciones o acontecimientos pueden adquirir una propiedad pública independiente de su capacidad para ser vistos u oídos directamente (Thompson, 1998).

Una segunda cuestión relacionada con la concepción moderna del espacio público, fundamentalmente ligada a la visión habermasiana, es que ésta tiende a olvidar el significado de otras formas de discurso público y actividades sociales que existieron durante los siglos XVII, XVIII y XIX en Europa y que no pertenecían al mundo propio de la sociabilidad burguesa, a la que se oponían y de la que eran excluidas. En este sentido, E. P. Thompson ha demostrado extensamente la importancia que tuvieron, en el ámbito de la cultura, los diversos movimientos populares de carácter social y político a principios de la era moderna. De más está decir que las relaciones entre la esfera pública burguesa y estos movimientos sociales populares fueron generalmente conflictivas. Como muestra John Thompson (1998), en el momento en que la naciente esfera pública burguesa se definió a sí misma en oposición a la autoridad tradicional del poder real, también se enfrentó a la aparición de los movimientos populares que intentaba contener.

Estas dos características del espacio público a la manera de Habermas, son las que nos interesa retomar. Por un lado, el hecho de que como efecto de las transformaciones en los medios de comunicación a lo largo del siglo XX, ya no estemos hablando acerca de un espacio de co-presencia física, y por otro, la conciencia política y teórica de que desde los inicios de la modernidad hubo, tanto grupos que no fueron incluidos en la esfera pública burguesa por cuestiones de raza, de género o de clase; como discursos y actividades opositores, producidos por fuera de la burguesía, por diversos movimientos populares.

Esta combinación de no presencia con producción de discursos alternativos a los hegemónicos nos incita a explorar en las modalidades y particularidades que Internet brinda para la producción de discursos contrahegemónicos y la aparición de contrapúblicos críticos.

Si bien, por un lado la creciente concentración económica de las industrias mediáticas condiciona en muchos casos los contenidos que se difunden, censuran todo aquello que ponga en riesgo sus intereses y reparte las ganancias entre unos pocos conglomerados de comunicación transnacionalizados⁶; por otro, la intensificación de los procesos de globalización achica las distancias y las brechas políticas, culturales, raciales, de género, etcétera. Estamos mucho más interconectados que hace 200 años y esto favorece el intercambio, las propuestas políticas alternativas, la agitación, la formación, la discusión pública. Como señala Thompson (1998), estos mass media crean un nuevo tipo de propiedad pública que consiste en la delimitación del espacio de lo visible. Un espacio no localizado, no dialógico, indeterminado, en el que las formas simbólicas mediáticas pueden expresarse y recibirse como pluralidad de otros no presenciales.

La participación en la Red: política y cambio social

Cómo se conforma el espacio público en el siglo XXI podría ser nuestra pregunta de cierre. ¿Por dónde circula la opinión pública? ¿En qué espacio se define? ¿Quiénes tienen acceso a la cosa pública? Si los medios de comunicación tradicionales, dada su estructura económica y los intereses que preservan, dan acogida fundamentalmente a los discursos que refuerzan esos mismos intereses, ¿qué rol juegan otros espacios de producción de discursos, como Internet, por donde circulan ideas alternativas a las hegemónicas?

Elisabeth Noëlle-Neumann (1995) sostiene que la opinión pública dominante impone una postura y una conducta de sumisión, a la vez que amenaza con el aislamiento al individuo rebelde y, al político, con una pérdida del apoyo popular. Por esto, el papel activo de iniciador de un proceso de formación de la opinión queda reservado para cualquiera que pueda resistir a la amenaza de aislamiento. En este sentido, la posibilidad abierta por Internet para la producción, circulación y consumo de ideas, discursos, imágenes, etcétera, cobra un

⁶ Tal como otras industrias, la mediática se guía por la lógica del beneficio y la acumulación del capital. Como indica Thompson (Op. Cit.) queda clara entonces la no necesidad de una correlación entre lógica del beneficio y cultivo de la diversidad.

significado relevante. Como señala Hopenhayn (2004), hoy no sólo están segmentados los públicos, sino también los emisores. El abaratamiento en los componentes para ser un emisor en la industria cultural hace que muchos actores antes confinados al silencio y la autorreferencia, hoy puedan ser productores de opinión y difundir sus puntos de vista sin límite de espacio y a tiempo real⁷. Radios locales, páginas de Internet, teleconferencias y publicaciones permiten una fuerte presencia mediática de distintos grupos de interés que cuestionan el orden global por diversos flancos: indigenistas, ecologistas, de género, campesinistas, etcétera. Es decir, actualmente no importa tanto la propiedad sobre los grandes medios, sino la porosidad rizomática de la circulación de mensajes y conocimientos, el descentramiento del emisor, la fuerza centrífuga que pudiera ser constitutiva de la globalización comunicacional. Dicho al modo de Hopenhayn, la integración tiene esta doble cara: tanto concentra la propiedad sobre los grandes medios, como abre las compuertas del diálogo planetario.

Dentro de este escenario, móvil, no espacial, de fronteras difusas y abierto a la participación, aquella opinión pública de la que hablan Noëlle- Neumann y los clásicos de la comunicología como Tarde, Habermas o Katz por nombrar solamente a tres de la larga lista de teóricos que han debatido sobre el espacio público y/o la opinión pública, comienza a ser puesta en cuestión en tanto “resistir la amenaza de aislamiento” resulta una característica discutible a la hora de revisar cómo se conforma el espacio público y quiénes lo delimitan.

Si como enfatiza Noëlle- Neumann (1995), los individuos se forman una idea del reparto y del éxito de las opiniones dentro de su entorno social, cómo juega esta influencia si ese entorno está dado por colegas, compañeros/as, amigos/as, militantes, etcétera, que se conocen, dialogan, intercambian, se forman y discuten on line.

Manuel Castells indica que como en las redes personales físicas, la mayoría de los lazos en las comunidades virtuales son especializados y diversificados en tanto las personas construyen sus propias carteras personales. Los usuarios de Internet se unen a redes o grupos on line sobre la base de intereses y valores compartidos, y con el tiempo, muchas redes que empiezan como instrumentales y especializadas acaban proporcionando apoyo, tanto material como afectivo (Castells, 2000).

Estas redes y grupos han sido criticados por propiciar lazos débiles y relaciones efímeras sobre la base de que este tipo de relaciones resultan útiles para proporcionar información y abrir oportunidades a un bajo costo. En el caso de Internet, parece que el medio favorece la comunicación desinhibida y estimula además a grupos socialmente subordinados a expresarse (trabajadores de un status inferior, mujeres y grupos oprimidos por etnia, género o clase) gracias a la protección que el medio electrónico les brinda.

Estos vínculos que trascienden la distancia a bajo costo, tienen generalmente una naturaleza asincrónica, combinan la rápida diseminación de los medios de comunicación de masas con la ubicuidad de la comunicación personal y permiten múltiples pertenencias a comunidades parciales. Las nuevas tecnologías, si bien se montan en un sistema de acceso desigual a la información, irrumpen en la dimensión doméstica borrando las ya pocas barreras que quedan entre lo público y lo privado. De modo que off line y on line, los lazos débiles facilitan la relación de personas con diferentes características sociales, ampliando la sociabilidad más allá de las fronteras socialmente definidas de autorreconocimiento. En este sentido, Internet representa un lugar de doble influencia sobre los sujetos. Por un lado, se erige en sí mismo como un modernísimo medio de comunicación capaz de difundir las más variadas informaciones, ideas, noticias, etcétera. La velocidad y la facilidad de acceso a la información son sus cualidades más relevantes mientras que su capacidad de articular discursos e imágenes en tiempo real y al mismo tiempo de manera asincrónica y participativa, lo convierte en un medio con alcances políticos, económicos, sociales y culturales inusitados: “Los cambios y los procesos mundiales en la economía y en el campo de las comunicaciones, especialmente en su base tecnológica y cultural, plantean nuevos escenarios en la forma en que el ciudadano

⁷ En Argentina el nivel de extensión de la banda ancha, a la que accede un 43 por ciento de la población, es uno de los más altos de América Latina. Según Martín Granovsky, titular de la agencia nacional de noticias Télam, se trata de la misma cantidad de gente que tiene acceso a la televisión abierta (MDZ, 2008).

establece sus relaciones comunicativas con la dimensión política” (Castillo, 2008). Por otro lado, a través de sus comunidades de intereses, plataformas, blogs, fotologs, portales, redes sociales, es el espacio del intercambio de opiniones, ideas e ideologías de mayor alcance hasta el momento. La excepcional multiplicación de comunidades virtuales variadas y diversas convierte a la Red en lugar de referencia, identificación y construcción de subjetividades que ya casi nadie se atreve a poner en cuestión. Algunos datos contundentes sostienen estas percepciones: en 2008, los usuarios globales de Internet ya superaron los 1500 millones de cibernautas; entre 2006 y 2007, el número de usuarios de Internet en Latinoamérica aumentó 200 por ciento, para llegar a 137 millones; a diario, mil millones de búsquedas se producen tan sólo en Google; en todo el planeta, cada día se envían 80 mil millones de mensajes de texto y correo electrónico, y 250 millones de usuarios acceden a los servicios de YouTube; cada minuto, millones de usuarios de las nuevas redes sociales cargan 10 horas de nuevos videos, y reproducen 500 millones de clips, solamente en YouTube (Cortés, 2008).

Gabriel Tarde (1989 [1901]) sostenía que la política no podía prescindir ni de la conversación ni de la prensa y que ninguna de ellas podía prescindir de la otra. Sin la prensa, la conversación no se habría elevado jamás por encima de las habladurías, y sin la conversación, los diarios podrían aparecer pero no ejercerían sobre la gente ninguna acción duradera y profunda. Hoy esa conversación es relevada a través de estas comunidades agrupadas por intereses variados, en contenido y en alcances: desde las plataformas de redes sociales como Facebook o Sonico, diseñadas básicamente para un intercambio de tipo social sin contenidos políticos ni ideológicos explícitos, hasta periódicos o portales claramente comprometidos con problemáticas sociales o políticas muy específicas, como la Red Informativa de Mujeres de Argentina (RIMA)- autodenominada como la gran sala de redacción feminista en la Red- o la página web La Vaca con su agencia de noticias, sus talleres de contrainformación y su periódico Mu.

De acuerdo con Tarde, la opinión reflexiva llevaba a la acción social. Esta acción podía, a veces, volverse radical pero, en general, era solamente la expresión cotidiana de la elección, entre diferentes necesidades, entre los medios disponibles para satisfacerlas, entre los dirigentes políticos y sus programas, entre las doctrinas religiosas y las estéticas. Tras las opiniones teóricas repasadas y los datos relevados a lo largo de este artículo podemos concluir que las posibilidades que brinda la Red pueden oscilar entre estos dos extremos, anticipados por el teórico francés: de un lado, el intercambio superficial entre personas que sólo se conocen a través de una foto en un blog; del otro, prácticas desafiantes al orden establecido. Desde los llamados globales a protestas masivas por el desastre ecológico hasta el encuentro virtual de grupos anónimos cuya máxima aspiración es mostrarse y ser vistos. El espacio público ensanchado por las NTIC pendula entre estos dos polos de participación cuyas consecuencias prácticas pueden ir desde la indiferencia y la abulia sociales cuyo único valor es la vanidad, hasta una revolución en ciernes, tal como el zapatismo mexicano o el último paro patronal agropecuario en Argentina atestiguan. El salto estará dado por las posibilidades que los diferentes grupos tengan de traducir las acciones virtuales en experiencias políticas reales, donde los sujetos puedan comprometer su historia colectiva y producir transformaciones políticas y sociales concretas. Ya hay antecedentes que avizoran buenos vientos en este sentido y en tanto aún persiste una posición un tanto desconfiada por parte de la mirada teórica y política más tradicional, los nuevos movimientos sociales aprovechan esta oportunidad de expresión y debate, abierta por los nuevos medios de comunicación, y estimulan a otros grupos a hacer lo suyo. Feministas, comunidad LGTTBI, intelectuales, obreros de diferentes ramas y nacionalidades, miembros de etnias diversas, ecologistas, artistas, periodistas, etcétera, están haciendo un uso verdaderamente alternativo de la Red y algunas de sus transposiciones al campo de la práctica política real comienzan a sacudir la modorra conservadora y a alertar a propios y ajenos acerca de esta poderosa herramienta para el cambio social.

Bibliografía

- CASTELLS, Manuel. 2000. *La era de la información*. Vol. I. Madrid: Alianza Editorial.
- CHARTIER, Roger. 1995. *Ilustración y revolución. Revolución e Ilustración*. En *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII*. Barcelona: Gedisa.
- CONDORCET, Jean Antoine. 2001 [1792], *Cinco memorias sobre la instrucción pública y otros escritos*. Madrid: Morata.
- DAHLGREN, Peter. 1997. *El espacio público y los medios - ¿Una nueva era?* En VEYRAT-MASSON, Isabel y DAYAN, Daniel. *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- FRASER, Nancy. 1992. *Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente*. En CALHOUN, Craig (comp.). *Habermas y la esfera pública*. England: The MIT Press.
- GRAMSCI, Antonio. 1975. *Cuadernos de la cárcel*. México: Juan Pablos Editor.
- HABERMAS, Jürgen. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Massachussets: MIT Press, Cambridge.
- NOËLLE- NEUMANN, Elisabeth. 1995. *La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública*. En FERRY, Jean-Marc, WOLTON, Dominique y otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- TARDE, Gabriel. 1989 [1901]. *La conversación*. En *La opinión y la muchedumbre*. París: Reynié.
- THOMPSON, John. 1998. *Los media y la modernidad*. Madrid: Paidós.

Referencias electrónicas

- CASTILLO, Pablo. 2008. *Los blogs políticos*. En Diario Página 12. Suplemento La Ventana 3 de septiembre de 2008.
<http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-110843-2008-09-03.html>.
- CORTÉS, Carlos. 2008. *Blogs, bloggers y blogósfera*. Diario Página 12. Suplemento La Ventana 3 de septiembre de 2008.
<http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-110844-2008-09-03.html>.
- DIARIO MDZ ON LINE. 2008. *Para Martín Granovsky el periodismo digital es el futuro del mundo*. Suplemento +Cultura 9 de septiembre de 2008.
<http://www.mdzol.com.ar/+cultura/2008-09-09.html>
- FERNÁNDEZ HASAN, Valeria. 2003. *Opinión pública y política. La ciudadanía en los medios*. Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura. Nº 3.
<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/numero3/>
- HOPENHAYN, Martín. 2004. *Orden Mediático y Orden Cultural: Una ecuación en busca de Resolución*. Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura. Nº 5.
<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/numero5/>