

2006

## Los blogs: perspectivas individuales en el espacio público

Enrique Arroyas Langa

*Universidad Católica San Antonio de Murcia*

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

---

### Recommended Citation

Arroyas Langa, Enrique (2006) "Los blogs: perspectivas individuales en el espacio público," *Global Media Journal México*: Vol. 3 : No. 6 , Article 10.

Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol3/iss6/10>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact [benjamin.rawlins@tamiau.edu](mailto:benjamin.rawlins@tamiau.edu), [eva.hernandez@tamiau.edu](mailto:eva.hernandez@tamiau.edu), [jhatcher@tamiau.edu](mailto:jhatcher@tamiau.edu), [rhinojosa@tamiau.edu](mailto:rhinojosa@tamiau.edu).

## Los blogs: perspectivas individuales en el espacio público.

[Enrique Arroyas Langa \(1\)](#)  
[Universidad Católica San Antonio de Murcia](#)

### Resumen

El objetivo de este trabajo es aportar una reflexión sobre la influencia de los weblogs en la evolución del espacio público creado por el periodismo. Analizaremos el desafío que supone esta nueva forma de comunicación para el periodismo en su responsabilidad democrática de impulsar debates que ayuden a clarificar los problemas de la actualidad. Nuestra hipótesis es que la red puede aportar soluciones al problema no resuelto por Habermas de cómo revitalizar el tejido comunicativo, erosionado por la burocracia y el mercado, que necesita toda democracia para legitimarse. Según nuestra argumentación, el facilitar el acceso al espacio público se democratiza el debate, lo que permite un acercamiento al ideal de una opinión pública formada con la participación de todos los ciudadanos. Siempre teniendo en cuenta que esa facilidad para intervenir en la discusión no garantiza la calidad de las opiniones. Por eso la explosión de interpretaciones individuales que supone el blog hace más necesaria que nunca la figura del periodista como intermediario que jerarquice las diferentes opiniones y nos ayude a todos en la difícil tarea de convertir la información en conocimiento. En relación con la responsabilidad de la prensa de acoger el debate intelectual que toda sociedad democrática necesita la Blogosfera ofrece al periodismo una conexión con ese mundo de la vida independiente del poder económico y político que reclama Habermas como esencia del espacio público. Su importancia se basa en la capacidad para enriquecer el debate sobre lo que interesa al ciudadano desde perspectivas individuales y no elitistas. El valor de la visión individual sería lo que puede aportar el fenómeno blog a la dimensión intelectual del periodismo como interpretación de la realidad. Este tratamiento más personal de la información es la clave de su éxito entre un público que reclama una mayor implicación del narrador en sus relatos. Además, el blog puede mejorar el periodismo de opinión ya que permite a los intelectuales profundizar en sus ámbitos de conocimiento gracias a la eliminación de los límites espaciales del soporte papel. Por último, el periodismo da a esa explosión de interpretaciones individuales de la Blogosfera un marco de referencia compartido que funcione como factor de cohesión social.

**Palabras clave:** periodismo, blogs, debate, espacio público, comunicación política

### Abstract

This article analyzes the weblog's influence on the space public and political communication from the normative theory of Jürgen Habermas. Besides we do a question to ourselves: how does it affect the phenomenon blog to the intellectual dimension of the journalism as interpretation of the reality? The text attempts to outline the nature of the new public sphere in the context of the network society. Our hypothesis is that the weblogs can stimulate the rational discourse demanded by public opinion and, therefore, democracy. The importance of the Blogosfera resides in his aptitude to enrich the debate with multiple and not elitist points of view. An easier access to the public space democratizes the debate,

but it does not guarantee the quality of the opinions. Even there are authors who denounce the false plurality of Internet. This one is the challenge that Internet raises to the journalism in his intermediary's role. As an explosion of individual interpretations, the blogosfera favors a more personal treatment of the information.

**Keywords:** journalism, weblogs, debate, public sphere, Political communications

### **Introducción**

El presente trabajo analiza cómo el fenómeno de los blogs o diarios personales de Internet afecta al periodismo en su función de promover el debate público. Un blog es un diario personal online que contiene reflexiones, comentarios y enlaces con otros sitios digitales. Su emergencia, rápida expansión y gran éxito entre el público supone sin duda una revolución en el ámbito del periodismo. Millones de ciudadanos tienen la oportunidad de hacer públicas sus opiniones, que van formando una densa red de alcance mundial. Además, los ciudadanos pueden encontrar en ellos información originada y tratada al margen de los grandes medios de comunicación. Como ciudad planetaria, Internet ofrece un nuevo espacio social para el periodismo (Echeverría, 1999). El desarrollo de los medios de comunicación, dice Thompson (1998), crea nuevas formas de relaciones entre los individuos y una reordenación de las pautas de la interacción humana a lo largo del espacio y el tiempo. Por un lado, la blogosfera amplía el espacio público en el que los ciudadanos pueden debatir sobre asuntos de interés general, hace más visible la realidad mediática; y por otro, es ella misma un medio de información más. Es decir, estamos asistiendo a la consolidación de una forma diferente de cumplir las dos funciones básicas del periodismo: informar y opinar. Este nuevo medio de comunicación está transformando ya, para bien o para mal, el periodismo.

Este ensayo se centra en la influencia positiva que las bitácoras pueden ejercer en el periodismo. Participación, altavoz y vigilancia son las tres potencialidades del periodismo blog que analizaremos: la blogosfera facilita la participación de los ciudadanos en la discusión pública, da voz a aquellos sectores de la población que estaban excluidos del debate y gracias a su posición marginal e independiente de las grandes empresas puede cumplir la misión de guardián del periodismo, que no descansa en su vigilancia para que no olvide su deber de servir al ciudadano. Queda para otro artículo un análisis sobre el peligro de que el éxito popular de las bitácoras como canal de información desemboque en el abandono del modelo tradicional del periodismo basado en el rigor y la verificación de los hechos.

### **Conexión con el mundo de la vida**

El concepto de espacio público desde el que enfocamos nuestro análisis de la influencia de los blogs en el periodismo es el desarrollado en la teoría normativa de Habermas, según la cual el poder político sólo se legitima en la discusión libre, pública y racional que se desarrolla en la esfera pública, que no es una institución sino el conjunto de foros en los que el ciudadano discute como público. La

concepción de Habermas de la democracia tiene en el ideal participativo su principal característica: la democracia es un modelo político en el que la legitimación de las decisiones surge de la participación de todos. Según Habermas (2002), los medios deberían crear ese espacio público, pero su estructura de funcionamiento se lo impide. “Sólo y únicamente, piensa Habermas, un ámbito crítico de acceso universal pueden garantizar que los participantes manifiesten con veracidad sus discursos. La regla de contraposición discursiva sumada a la posibilidad de que todos entren en la discusión puede garantizar que se manifiestan de forma veraz” (Elizalde, 2004, p. 97).

Por eso los medios de comunicación pueden funcionar como un obstáculo en el espacio público cuando hay una colisión mal resuelta entre sus objetivos comunicativos y sus intereses mercantiles. Pero aunque el sistema capitalista ejerce control en todos los ámbitos no es un control total que no deje resquicios de comunicación y de creación de sentido. Hay un potencial de liberación en los medios que haría posible la canalización de la discusión pública a través de una red de distribución masiva de información que contribuiría a democratizar la vida política. Técnicamente los medios están capacitados, ahora más que nunca con Internet, para difundir conocimiento de forma masiva (una liberación espacio-temporal que favorecería el proyecto ilustrado) y para proyectar en la sociedad discursos racionales y críticos que forman la voluntad individual. Lo fundamental, para Habermas, es que los medios pueden utilizarse con intenciones diversas y variados objetivos morales, ejercen control social, pueden ser instrumentos de dominación pero también de liberación ya que dependen del entendimiento lingüístico, su objetivo siempre es alcanzar ciertas formas de entendimiento con la audiencia a través del lenguaje: el uso sistemático del lenguaje trasciende su estructura política y económica. Los medios (formas generalizadas de comunicación) buscan comunicación lingüística para el entendimiento en el mundo de la vida. No imponen pautas como el dinero y el poder (medios de control sistémico) sino que funcionan a partir del trasfondo de sentido que encuentran en el mundo de la vida. Tienen un potencial autoritario de control social pero su estructura comunicativa lleva inherente un potencial de contrapeso de emancipación de ese control. La pluralidad es otro de los factores que refuerzan el potencial emancipador de los medios. ¿Por qué los medios son incapaces de controlar la imagen del mundo? ¿Por qué no pueden difundir una imagen unificadora de la realidad? Porque responden a intereses rivales, son diferentes entre sí (Elizalde, 2004).

Habermas apuesta por mantener separado del sistema el plano de la integración social en el mundo de la vida, un ámbito ciudadano que no esté controlado por el poder y el dinero. Para el filósofo alemán, lo esencial es que separada de la cotidianidad de las personas, la cultura se convierte en una cosa-mercancía extraña e innecesaria. Los medios de comunicación tienen aquí una función esencial con sus reglas de producción y de distribución de conocimiento en la práctica cotidiana. Aparecen como un mecanismo eficaz para esta nueva racionalidad en la convivencia cotidiana al crear un espacio público para la crítica permanente y la resistencia frente a los mecanismos colonizadores de la sociedad

moderna. Entrelazado con el mundo de la vida, el espacio público es el lugar donde la sociedad reflexiona sobre sus problemas y busca soluciones, donde los ciudadanos ven los discursos sobre los saberes culturales que legitiman y critican el orden establecido. Este proceso comunicativo alimenta el mundo de la vida pero necesita de un centro de reflexión (medios de comunicación) donde la sociedad piense sobre sí misma y vaya formando su identidad.

Actualmente, según Habermas, la sociedad del capitalismo no tiene capacidad de autorreflexión. Las organizaciones formales son incapaces de acoger ese centro de autorreflexión. La única solución es la construcción de esos espacios públicos autónomos desde el mundo de la vida. ¿Cómo deben ser los espacios públicos autónomos en el capitalismo? Ya no instituciones del sistema político como en la Modernidad sino organizaciones surgidas de los grupos sociales y culturales del mundo de la vida, que mantengan el control fuera del alcance de las intromisiones del Estado y del mercado.

En esta línea, Ignacio Ramonet (2003) advierte que el periodismo sólo podrá desempeñar su labor de búsqueda de la verdad desde criterios éticos si es capaz de encontrar un espacio de autonomía con respecto a las grandes empresas de comunicación: “Es urgente desarrollar una reflexión sobre la manera en que los ciudadanos pueden exigir a los grandes medios de comunicación mayor ética, verdad, respeto a una deontología que permita a los periodistas actuar en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, las empresas y los patrones que los emplean” (Ramonet, 2003).

Así pues, los espacios públicos autónomos deben crearse fuera de cualquier tipo de organización formal ya que, siguiendo esta argumentación, la estructura de la organización siempre termina imponiendo sus necesidades y objetivos por encima de la libertad de sus miembros. ¿Entonces el diálogo en el espacio público en qué estructuras se da? ¿Cómo debe configurarse un espacio público autónomo en un mundo tan complejo? Habermas propone una “inteligente combinación de poder y perspicaz autolimitación” (Elizalde, 2004, p. 252), pero no aclara cómo se puede llevar a la práctica esa idea.

En principio, Internet reúne dos características que la convierten en dinamizador de la esfera pública: pluralidad y conexión con el mundo de la vida. De ahí que a menudo se vea a la red como una puerta a ese deseado nuevo espacio de autonomía que puede enriquecer el periodismo y democratizar el debate público. “Hasta el momento, el periodismo era el único lugar donde la democracia discutía, era el foro de debate. Esto se ha acabado. El periodismo ya no es el único lugar donde la democracia se expresa y se debate a sí misma. A partir de ahora el periodismo comparte con Internet esa imprescindible labor de foro” (Arcadi Espada, en entrevista en Periodistadigital.com, 16-XII-2004).

Y si nos referimos concretamente a los blogs, su ventaja es que se desarrolla en la sociedad civil y está al alcance de cualquier persona, lo que le da una energía poderosa para reflejar las inquietudes verdaderas de los ciudadanos. La principal

fuerza de los blogs reside, por lo tanto, en su independencia del poder económico y político ya que surge del seno de la sociedad. Mientras que su importancia dentro del espacio público dependerá de su pluralidad: su capacidad para reforzar, diversificar y enriquecer la fabricación simbólica de la vida diaria. Y no cabe duda de que la proliferación de los blogs aumenta el número de personas que participan en el debate sobre los contenidos mediáticos y expande la interpretación que se hace de ellos.

### **Un espacio público imprevisible y vivo**

Las nuevas tecnologías crean un nuevo escenario técnico que facilita el flujo de información y contenido simbólico. Su valor es que ayuda a poner en circulación nuestras interpretaciones del mundo. En el proceso de redefinición del espacio público que estamos viviendo destaca un aspecto positivo: el ascenso del público. En la reordenación de los roles de los diferentes actores sociales y políticos, los ciudadanos tienen la posibilidad de cobrar más protagonismo dentro del modelo interactivo al que nos acercan las nuevas tecnologías. El papel de los medios en este nuevo contexto será otra vez facilitar el acercamiento del ciudadano al debate político y promover los vínculos de solidaridad entre los distintos sectores sociales, en suma, se refuerza la idea de la responsabilidad social de los medios como lugares de encuentro para el diálogo.

A partir de las aportaciones de Gadamer y de la tradición de la hermenéutica, John B. Thompson (1998) destaca que la recepción de los productos de los medios es un proceso de interpretación a través del cual se construye gradualmente su sentido con las diferentes aportaciones de todos los participantes. Destaca este autor que se trata de un proceso activo y creativo: “Los mensajes mediáticos pueden repetirse más allá del contexto inicial y la actividad de la recepción y transformarse a través de un proceso continuo de narración y repetición de la narración, interpretación y reinterpretación, comentario, descrédito y crítica” (Thompson, 1998, p. 67). Esta perspectiva de la recepción de los mensajes mediáticos se enriquece con la Blogosfera, que aumenta el número de participantes, multiplica los puntos de vista y favorece el intercambio crítico de comentarios. Por ello una de las consecuencias positivas de la popularización de la Blogosfera es el impulso que recibe la implicación de los individuos en el proceso de construcción del sentido de la realidad.

La red crea una nueva forma de activismo ciudadano con nuevos instrumentos de información, opinión y movilización social a partir de iniciativas difundidas en Internet fuera del control de los partidos políticos y las grandes empresas de comunicación. Así pues, Internet facilita la participación de los ciudadanos en la discusión pública y da voz a aquellos sectores minoritarios de la población que estaban excluidos del debate desarrollado en los medios de comunicación tradicionales.

Pero, ¿cómo fortalecer la vida pública alternativa a los espacios controlados por el poder? Thompson (1998) aporta su teoría de la visibilidad: olvidar la idea de que el debate se celebra en un lugar común donde la gente está presente, superar la

concepción de la propiedad pública en términos espaciales y dialógicos. Porque el desarrollo de los medios nos alejan de este modelo. El espacio público mediático ya no está localizado ni en el espacio ni en el tiempo. Vemos las acciones pero no compartimos un lugar común. El intercambio simbólico moderno ya no es un diálogo, la televisión no es una larga conversación escrita. El espacio público mediático es el espacio de lo visible. Sin lugar y sin diálogo, pero con múltiples formas simbólicas de un 'otro' plural y no presencial (Thompson, 1998, p. 315). El espacio público desde este enfoque es un espacio abierto con dimensiones globales y no localizado. Un espacio indeterminado, creativo e incontrolado, en un proceso imprevisible y vivo. La lucha por hacerse visibles es la característica central del proceso comunicativo actual.

En este punto, Thompson (1998) matiza las ideas de Habermas, que partía de un modelo de comunicación basado en la palabra hablada y donde la prensa era parte de la conversación social de la calle. Por eso, según Thompson, Habermas ve de forma negativa la influencia de la televisión para la esfera pública. No solo influyen los intereses comerciales, sino también el tipo de situación comunicativa que crea la televisión, alejada del diálogo. En la televisión hay debates, pero no crítico-rationales. Thompson critica a Habermas por aferrarse al modelo comunicativo tradicional en el que el diálogo (discurso) es la sustancia de la esfera pública, en el que la gente se reúne y está presente en el debate. Desde la imprenta, advierte Thompson, ya el diálogo no se produce en un lugar compartido, el debate público se des-espacializa, deja de ser dialógico. Por eso Thompson apuesta por abandonar la concepción del diálogo como algo que ocurre en un espacio compartido por personas. Lo característico ahora es la visibilidad distintiva a través de los media

Internet modifica, por lo tanto, la relación entre el emisor y el receptor de los mensajes periodísticos. Así, el blog viene a potenciar (que no inventar) la interacción que ya se da en el periódico. Porque, frente al libro, leer un periódico siempre ha sido una actividad interactiva en la que el objetivo del medio es crear "cierto tipo de situación social en la que los individuos se conectan unos con otros en un proceso de comunicación e intercambio simbólico" (Thompson, 1998, p. 119). McLuhan ya destacó que el periódico, como sucesor del libro en forma de "mosaico de interés humano", es esencialmente interactivo y participativo porque muestra la "variedad e incongruencia" de la vida diaria en una "elaboración cotidiana de casi todo lo que sucede en la comunidad" (McLuhan, 1996, p. 221). Los lazos que crea el escritor con su lector son distintos según se escriba literatura o periodismo, pero existe un objetivo común que es compartido también por el blog: construir sentido.

Sin embargo, no nos parece que esta dualidad diálogo-visibilidad sea tan contradictoria como la ve Thompson, que termina coincidiendo en lo fundamental con el filósofo alemán al apostar por un modelo de democracia deliberativa en el que las decisiones se toman después de un debate generalizado con un proceso de argumentación y contraargumentación. El matiz estaría en que si Habermas da una excesiva importancia a los procedimientos del debate, Thompson considera

que lo esencial no es tanto la forma del diálogo como el contenido: que se proporcione conocimiento e información. Para ello, es una condición indispensable que exista diversidad y pluralismo en los medios.

También, en oposición a la idea de fragmentación de la realidad y disolución del yo en un mundo mediático expuesta por los autores que han analizado la cultura de la posmodernidad, Thompson defiende que lo único que ha ocurrido es que han sido alteradas las condiciones de formación del yo. Thompson ve la realidad mediática con más optimismo y sostiene que el resultado de esta saturación de símbolos no es la disolución del yo sino su enriquecimiento con un “continuo entrelazamiento de diferentes formas de experiencia” (Thompson, 1998, p. 299). Cambia la estructura de la experiencia, pero la experiencia vivida sigue siendo fundamental, aunque luego sea completada por una realidad mediática que nos ayuda a relacionarnos con contextos alejados de nuestra vida cotidiana y a implicarnos en las vidas de seres lejanos y desconocidos. Presenciar hechos lejanos gracias a la televisión no tiene por qué provocar sólo insensibilización sino que también incita a los espectadores a asumir nuevas responsabilidades hacia personas que no están con nosotros. Esas responsabilidades pueden superarlos, con lo que esa construcción del yo sí se ve afectada. Pero también es un desafío de la realidad que no podemos eludir impunemente. Y el conocimiento siempre es un desafío que exige valentía, sacrificios y esfuerzo.

### **El valor de lo individual**

El valor de los medios, dice Thompson (1998), es ofrecer nuevas perspectivas, nuevos estilos de vida y nuevas maneras de pensar. Como hemos dicho, los medios proporcionan una visión de la vida en otra parte. A través de ellos sentimos a distancia y experimentamos viendo a otros que están lejos de nosotros. El enriquecimiento del debate periodístico desde perspectivas individuales es una de las potencialidades de Internet, lo que además modificará forzosamente el papel que cumple el periodista como intérprete de la realidad.

La invención del blog supone una explosión de interpretaciones y, en este sentido, se presenta como una posible respuesta a la demanda de una mayor participación ciudadana en la tarea de reflexionar sobre los asuntos de interés general. Además, el blog plantea un reto para el periodismo en su tradicional misión de orientar al ciudadano sobre los asuntos de interés público.

En un famoso prólogo a su novela Retrato de una dama, Henry James escribió que la casa de la narrativa tiene infinitas ventanas y que continúan abriéndose nuevas “por la necesidad de la visión individual y por la presión de la voluntad individual” y el resultado es un panorama que incluye “todas las diferencias de la relación individual con la generalidad de un asunto, todas las variedades de la actitud hacia la vida” (James, 1995). Cada ventana es distinta, pero todas están abiertas sobre el panorama humano. Esta metáfora y este enfoque sobre la construcción de sentido de la realidad desde la literatura, nos sirve para destacar cómo es el valor de la visión individual lo que puede aportar el fenómeno blog a la dimensión intelectual del periodismo como interpretación de la realidad y



búsqueda de sentido de la actualidad del mundo en que vivimos. Además, este tratamiento más personal de la información es una de las claves de su éxito entre un público que desconfía de unos medios de comunicación en crisis y que está cansado de una promesa de objetividad que nunca le garantizó la veracidad. El público que busca en los blogs lo que intuye que nunca le dará los periódicos de papel es aquel que, desde esta perspectiva, reclama una mayor implicación del narrador en sus relatos.

Pero esas ventanas (el enfoque) con sus diferentes aberturas (la forma) son, como dice Henry James con respecto a la novela, nada sin el vigilante, sin el autor (novelista o periodista), la consciencia del artista, con el desafío de una libertad ilimitada y la responsabilidad de su referencia moral. Es decir, ante la facilidad de abrir ventanas nuevas y la libertad de opinar, en esa explosión de realidad mediática, el autor debe aceptar el reto difícil del pensamiento crítico.

En un contexto de abundancia de información (Gitlin, 2005), nuestras interpretaciones del mundo ya no dependen de un acceso mayor o menor a la información sino de las relaciones que somos capaces de entablar entre las informaciones que recibimos. Más que la capacidad de informar, lo que definirá al periodismo será su capacidad para poner en relación a personas interesadas en un aspecto de la realidad, en el intercambio de información. Innerarity (2004) habla de una sociedad invisible ante la que el ciudadano se siente perplejo y excluido del lugar donde se toman las decisiones sobre los asuntos públicos, mero espectador pasivo en una función en la que le han robado el papel protagonista. En un mundo complejo que aparenta visibilidad, las cosas, sin embargo, no se agotan en su primera interpretación. Todo necesita una segunda mirada. El mundo de lo visible debe ser interrogado en una tarea conjunta de vigilancia que persiga la revelación de lo que se esconde tras los signos y las representaciones. Cuando un dedo señala al cielo, dice Daniel Innerarity (2004) invirtiendo el aforismo, el imbécil mira el cielo.

Ante esta explosión de mensajes se hacen más necesarios aquellos mecanismos de vigilancia y crítica que ya reclamaba Robert E. Park a principios de siglo XX para sortear los peligros contenidos en el sistema mediático cuando se convierte en un poder (Berganza, 2000). Al analizar el importante papel de los medios en la sociedad, Robert Park (1864-1944) y sus colegas de la Escuela de Chicago contribuyeron a la formulación de la doctrina de la responsabilidad social de la prensa, que defiende una autorregulación ética de las empresas periodísticas y una mejora de la preparación de los profesionales para que sean capaces de difundir productos informativos bien elaborados que satisfagan las necesidades de conocimiento del público. Para corregir la situación vulnerable en la que se encuentran los individuos en la sociedad de masas, a merced de la manipulación de las élites que controlan los medios, la Escuela de Chicago abogaba por la formación desde la prensa de públicos organizados que puedan intercambiar puntos de vista sobre los asuntos que les interesan. Organizados de esta manera y disponiendo de un lugar en el que son tenidas en cuenta las opiniones de los ciudadanos, se dificultaría la manipulación de las masas. El objetivo final era

construir una sociedad pluralista en la que las minorías tienen acceso al debate. Actualmente, desde la Red han surgido instancias defensoras de los intereses de los consumidores culturales que propician actitudes críticas en la audiencia y contribuyen a aumentar la transparencia de los medios. Aunque para algunos autores el aumento de la pluralidad sea más aparente que real, es indudable que las nuevas tecnologías sí proporcionan más herramientas para la fiscalización de los poderes públicos y privados y dan visibilidad a voces independientes que ejercen la crítica de los medios y a lugares autónomos que vigilan a los vigilantes (Almiron, 2006).

Según Orihuela, “con sus herramientas y su cultura, los bloggers están contribuyendo a hacer realidad el sueño de los visionarios de la Red: generar un vasto repertorio universal navegable, personalizable y actualizado de información transformada en conocimiento. Las bitácoras han revolucionado el modo de generar contenidos en la Red, están impulsando un nuevo tipo de comunidades basadas en el conocimiento, y contribuyen a la ingente tarea de dotar de sentido y relevancia la información disponible en la Web” (Orihuela, 2004).

Hasta aquí la visión más optimista sobre las posibilidades que ofrece Internet a la función democratizadora de los medios de comunicación social y que puede resumirse en la siguiente conclusión de Sunstein (2003, p. 186): “Creo que, en general, Internet es bueno para la democracia, y que las nuevas tecnologías de la comunicación hacen más que las cosas sean mejores”. Este autor, defensor de la idea de la democracia deliberativa, sin embargo plantea una serie de dudas que pueden poner en peligro esas grandes posibilidades democratizadoras y que a continuación desarrollamos en el siguiente epígrafe.

### **¿Si todo el mundo habla quién escucha?**

Las nuevas tecnologías ofrecen grandes posibilidades de comunicación, pero presentan también algunos peligros como la disminución de la interacción personal y casual con los demás, la pérdida de peso de los intermediarios, el apogeo de la expresión en detrimento de la opinión razonada, la saturación de información y la fragmentación de los mensajes con la consiguiente pérdida de referentes comunes.

Sunstein (2003) apunta con acierto que la modificación del espacio público con las nuevas tecnologías amenaza con provocar la pérdida de algunos aspectos positivos del sistema tradicional. Cuando una persona encendía la televisión o abría un periódico encontraba opiniones que no buscaba, realidades no previstas o que a priori no le interesaban, lo que podía suponerle una apertura de nuevos horizontes, o la posibilidad de confrontar sus ideas y de cambiarlas o reforzarlas. Es decir, los medios dan a los ciudadanos la oportunidad de escuchar opiniones y puntos de vista diferentes. Y la exposición a esta variedad de aportaciones se supone que la libertad del ciudadano. Como, intermediarios del interés general, los periodistas socializan la información. “Fomentan las experiencias compartidas; exponen a los individuos a la información y las opiniones que no habrían sido seleccionadas de antemano” (Sunstein, 2003, p. 45).

¿Satisfacen las nuevas tecnologías estos aspectos? ¿Es beneficioso para la democracia esa posibilidad de control absoluto del individuo sobre la comunicación con la desaparición de filtros e intermediarios? Según las interesantes reflexiones de Sunstein, Internet garantizará el mantenimiento de los objetivos democráticos si favorece que el ciudadano, además de conseguir fácilmente lo que busca, siga sometido al encuentro casual con informaciones no elegidas y con experiencias compartidas. Este autor alerta sobre las consecuencias de un mercado de comunicaciones fragmentado, la más peligrosa de las cuales es la pérdida de un marco común para las experiencias sociales. Advierte que con la desaparición de los intermediarios en una era digital en la que es el individuo quien busca lo que le interesa se corre el riesgo de reducir la pluralidad y fragmentar la sociedad con la progresiva disminución de acuerdos básicos que hagan posible la deliberación. El consumidor se alimenta sólo de voces similares a la suya con el consiguiente “riesgo cada vez más evidente de que el debate entre individuos de ideas afines llevará a la confianza excesiva, al extremismo, al desprecio por los demás y, en ocasiones, incluso a la violencia” (Sunstein, 2003, p. 24). Este autor llega incluso a afirmar que la noción de soberanía del consumidor, con el ideal del periódico personalizado, el ‘daily me’, el ciudadano que se crea su propio periódico según sus necesidades, intereses y gustos gracias a las nuevas tecnologías, va en contra de la aspiración de la democracia deliberativa.

¿En qué consiste la fragmentación en la comunicación del ciberespacio? En vez de consolidarse el discurso político deliberativo, el foro público se balcaniza. Aunque Internet aumenta la facilidad para establecer nuevos vínculos sociales, los usuarios tienden a conectarse con personas con las que comparten intereses y a elegir sitios y grupos de discusión que refuerzan sus creencias políticas. Las páginas web rara vez proporcionan enlaces con páginas de ideologías opuestas. Es decir, Internet facilita el encuentro de individuos con ideas afines, pero fragmenta el discurso, lo que puede dificultar el diálogo, la comprensión mutua de los problemas y la necesidad de afrontar de forma conjunta los desafíos del presente. El resultado no será el consenso sino la radicalización de los discursos en un diálogo de sordos en el que nadie escucha las opiniones contrarias a las suyas, lo que se denomina polarización de grupos. “Estos grupos integrados por personas de ideologías afines, que se relacionan entre ellas, acabarán pensando igual que antes, pero de un modo más extremista” (Sunstein, 2003, p. 69).

Por otra parte, la democratización de las opiniones no garantiza su calidad. Los blogs son el lugar de la expresión más que el de la opinión. Este es el límite que Wolton (1999) ve en la universalización del acceso al debate público. Aunque pueden ser un indicador de las preocupaciones de los ciudadanos no todo lo que encontraremos en ellos será la expresión de una opinión razonada, de modo que la democracia de la opinión puede aumentar la desorientación del ciudadano en lugar de servirle de ayuda para comprender la realidad. “La necesidad de una palabra competente y autorizada aumenta a medida que crece a su vez el número de los que se expresan. Dicho de otro modo, cuanto más expresión hay, más se necesitan los expertos” (Wolton, 1999, p. 178). Ante la nivelación de las opiniones,

el experto, o simplemente el intermediario, establece una jerarquía, destaca lo importante y lo valioso de las distintas aportaciones. De ahí lo acertado del aforismo invertido de Innerarity, mencionado anteriormente, para adquirir el hábito de investigar lo que haya de valioso y de oculto en cada interpretación

El periodismo, como intermediario del interés general plantea temas de discusión, recoge opiniones variadas, expone al ciudadano a expresiones que no buscaba y a ideas que no comparte, y garantiza unas experiencias comunes en una sociedad compleja y fragmentada, ofreciendo un marco de referencia compartido que funciona como un factor de cohesión social.

La vida moderna transcurre entre palabras, imágenes y sonidos en un flujo continuo. Como dice Gitlin, “la plenitud icónica es la condición contemporánea” (2005, p. 26). La vida cotidiana está impregnada de mensajes exteriores procedentes de los medios y que reclaman nuestra atención: historias de otros, ofertas de distracción, ocio o conocimiento. Esta condición contemporánea se ha ido extremando con cada avance tecnológico “hasta convertirse en un torrente de inmensa fuerza y constancia, un acompañamiento vital que es ya una experiencia central de la existencia” (Gitlin, 2005, p. 28). Este flujo, además, es constante, pero efímero por su abundancia. La escasa duración de los mensajes, que rápidamente son sustituidos por otros nuevos, hace que la huella que dejan en la vida cotidiana sea superficial. Debido a la magnitud del flujo, las historias que nos llegan quedan siempre sin concluir, son fragmentos de relatos inacabados, muchos de ellos falsos de tan incompletos o parciales.

En esta situación actual de saturación de información, que hemos analizado a lo largo de este trabajo, se precisa más que nunca una brújula: criterios y pautas, filtros que promuevan la reflexión y la deliberación necesarias para una auténtica democracia. Periodistas, intelectuales, ciudadanos-periodistas o ciudadanos-intelectuales serán formas diferentes de nombrar a quien de verdad esté dispuesto a aprender el arte de la comunicación que toda tarea de informar necesita para servir al conocimiento.

El auge del periodismo de opinión y el aumento de la pluralidad de los puntos de vista son dos tendencias que se pueden vislumbrar en el horizonte mediático. Así lo señala, por ejemplo, el informe realizado por el Foro Mundial de Editores presentado en abril de 2005. En un mundo donde la población se encuentra desbordada por la información, la misión del periodismo escrito será proporcionar al lector las claves de lo que es importante, ayudarle a discernir lo verdadero de lo falso, plantear las preguntas pertinentes para encontrar vías de solución a los conflictos. Se trata de una tarea conjunta de todos los ciudadanos preocupados por los temas que interesan a la colectividad. Internet ha reforzado la capacidad de participación de los ciudadanos, lo que supondrá una mayor variedad de perspectivas sobre los temas tratados. Un acercamiento y una apertura a la ciudadanía se convierte, de esa manera, en uno de los retos más importantes de la prensa, que tendrá que ver en las nuevas tecnologías una gran oportunidad para mejorar su servicio a la sociedad. Con las nuevas tecnologías, los medios

pueden construir un macrodiálogo colectivo, propiciar procedimientos de participación para el debate, favorecer la publicación de enfoques diversos y contribuir a la universalización de los intereses.

El periodismo atraviesa un momento de transformaciones profundas. Las nuevas tecnologías están propiciando cambios radicales en la tarea de informar, en el trabajo de los periodistas y en sus relaciones con el público. Las nuevas tecnologías ponen a nuestro alcance una enorme cantidad de información. Pero esa sobredosis de información puede ahogar al ciudadano en un caos de incomunicación si carecemos del pensamiento encargado de discernir lo superfluo de lo importante y lo verdadero de lo falso. Por lo tanto el sentido de la información dependerá de nuestra forma de pensar, de nuestros valores, y de que dispongamos de los recursos necesarios para orientarnos en ese caos.

### **Conclusiones**

El nuevo espacio público que está generando Internet, con su carácter abierto, horizontal e interactivo, tiene importantes consecuencias en la actividad periodística relacionada con su función de promoción del debate social. Entre las que hemos intentado apuntar en este trabajo destacan la siguientes:

- Facilita la participación del público, amplía el foro periodístico y aumenta la pluralidad de las versiones sobre la información y las opiniones. Las versiones de los hechos se multiplican con nuevas fuentes, lo que si bien puede aumentar la confusión informativa también permitirá que haya más posibilidades de que se alcance la mejor versión posible, aunque sólo sea por la mera acumulación de datos. La fuerza principal de los blogs es su capacidad para abrir al mundo los espacios cerrados individuales, con ventanas a través de las cuales podemos ver los lugares de encuentro social y con puertas que invitan a la participación. El ciudadano deja de ser un espectador pasivo para convertirse en protagonista como actor social con sus propios intereses. Al posibilitar una infinita acumulación de información y su recuperación, Internet modifica profundamente el consumo de noticias multiplicando los ojos y los oídos del lector y promoviendo su intervención en el proceso informativo con datos propios y comentarios e interpelaciones a los difusores de información. La mejora de la interactividad, que siempre ha estado en la esencia del periodismo, potencia la participación del ciudadano en la formación de la opinión pública.
- Modifica la función mediadora del periodista. El aumento del protagonismo del lector en el proceso informativo ha supuesto un desafío para la posición central que ocupa el periodista en el debate público, lo que ha llevado a investigadores y profesionales a reflexionar sobre la influencia de las nuevas tecnologías como un factor clave en el debate sobre la crisis del periodismo y su futuro. Así, una de las repercusiones de Internet más debatidas es el de la desaparición de la figura del periodista como intermediario o filtro. Si todos los ciudadanos tienen el mismo acceso a la información y a las fuentes, el periodista como profesional que busca y

difunde información parece innecesario. En este trabajo, sin embargo, hemos visto cómo en una situación de sobrecarga de información y de opiniones sigue siendo útil la intervención de un profesional capacitado para aportar el contexto significativo de los hechos, para descubrir con esfuerzo y destreza las claves de las intencionalidades de las fuentes, para destacar lo importante entre lo urgente o irrelevante, para añadir rigor y verificación a la velocidad de transmisión de las noticias.

- Refuerza el papel del periodista como observador crítico. Aunque para algunos autores la amplitud del foro y el aumento de la pluralidad que provocan las nuevas tecnologías sea más aparente que real, y aunque difícilmente Internet vaya a cambiar la organización económica de la sociedad y de los medios, o precisamente por ello, sí proporcionan más herramientas para la fiscalización de los poderes públicos y privados y dan visibilidad a voces independientes que ejercen la crítica de los medios y a lugares autónomos que vigilan a los vigilantes.

### Referencias

- Almiron Roig, N. Los valores del periodismo en la convergencia digital: vivic journalism y quinto poder. Revista Latina de Comunicación Social [revista electrónica], 61. Universidad de La Laguna. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf>
- Berganza, R. (2000). Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Echeverría, J. (1999). Internet y el periodismo electrónico. Sala de Prensa [Revista electrónica], 1 (1). Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art08.htm>
- Elizalde, L. H. Comunicación de masas y espacio público en Habermas. Funciones, patologías y efectos del periodismo, la publicidad y las relaciones públicas sobre la sociedad moderna. Buenos Aires: Universidad Austral.
- Gitlin, T. (2005). Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas. Barcelona: Paidós.
- Habermas, J. (2002). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: G. Gili.
- Innerarity, D. (1990). Dialéctica de la Modernidad. Madrid: Rialp.
- Innerarity, D. (2004). La sociedad invisible. Madrid: Espasa.
- James, J. (1995). Prólogo a Retrato de una dama. Madrid: Alianza.
- McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Orihuela, J. L. (2004). Los weblogs: de la revolución a la consolidación. Chasqui [revista electrónica], núm 85. Disponible en: <http://www.comunica.org/chasqui/index.html>

Ramonet, I. (2003). El quinto poder. Le Monde Diplomatique [edición electrónica], octubre 2003. Disponible en: <http://www.rebellion.org/medios/031017ramonet.htm>

Sunstein, C. R. (2003). República.com. Internet, democracia y libertad. Barcelona: Paidós.

Thompson, J. B. (1998). Los media y la Modernidad: una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Wolton, D. (1999). Sobre la comunicación. Madrid: Acento.

## Notas

1. Enrique Arroyas Langa  
Español

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra  
Profesor de periodismo en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)  
Áreas de investigación: Redacción periodística, Opinión Pública, periodismo digital  
Dirección postal: Campus de los Jerónimos S/N Guadalupe 30107 Murcia  
(España)

Dirección electrónica: [earroyas@pdi.ucam.edu](mailto:earroyas@pdi.ucam.edu)

Teléfono: 968 278721

Fecha: 14 de septiembre de 2006

El autor está interesado en recibir directamente comentarios de los lectores en la dirección electrónica [earroyas@pdi.ucam.edu](mailto:earroyas@pdi.ucam.edu)

Fecha de recepción: 31 de enero de 2006

Fecha de aceptación: 28 de agosto de 2006