



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

“Racionalidad deliberativa y esfera Pública: un estudio del espacio público en la Era
del capitalismo digital”

TESIS
QUE PRESENTA

Daniela López Martínez
MATRÍCULA 2203801836
CORREO lopezmartinezdaniela024@gmail.com

PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN HUMANIDADES

DIRECTOR: Dr. Gustavo Leyva Martínez
JURADO:

PRESIDENTE: Dr. Gustavo Leyva Martínez
SECRETARIO: Dr. José Lira Rosiles
VOCAL: Dr. Alejandro Nava Tovar

Iztapalapa, Ciudad de México, a 10 de enero de 2023.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD IZTAPALAPA
PROGRAMA DE POSGRADO EN FILOSOFÍA MORAL Y POLÍTICA**

Daniela López Martínez, 30/ 11 / 22

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**RACIONALIDAD DELIBERATIVA Y ESFERA PÚBLICA: UN ESTUDIO DEL
ESPACIO PÚBLICO EN LA ERA DEL CAPITALISMO DIGITAL**

RESUMEN

En la presente investigación vamos a discutir en torno a la transformación de los procesos políticos, sociales, económicos y culturales que se han generado a partir de la creciente extensión y desarrollo de la sociedad de internet. Específicamente, examinaremos de qué manera el medio de expansión denominado internet, que es la pieza central de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), ha alterado los conceptos de la esfera pública, la opinión pública y la participación ciudadana dentro de los procesos de deliberación política.

El punto de partida del presente proyecto de investigación es la reconstrucción de los argumentos centrales que componen la teoría de la acción comunicativa y el modelo de democracia deliberativa que propone Jürgen Habermas, pues el concepto de práctica comunicativa es central para analizar de qué modo los sujetos pueden, efectivamente, participar en los asuntos públicos y políticos; problematizamos la postura de Habermas con la posición de Michel Walzer sobre el concepto de deliberación política con el propósito de desarrollar una visión crítica de las acciones políticas de los ciudadanos.

Posteriormente, examinamos los estudios sociológicos de Manuel Castells alrededor de la sociedad red y las propuestas de Niklas Luhmann y Dirk Baecker en torno al fenómeno de internet y los medios de comunicación para las masas, para comprender los alcances y los límites de la nueva forma de comunicación digital y sus consecuencias en la toma de decisiones políticas. Además, analizamos la propuesta de Alexander Kluge y Oskar Negt sobre la esfera pública.

Finalmente, examinaremos las contribuciones positivas y negativas de internet para las decisiones políticas, en particular, respecto a la democracia dentro del espacio público global; por ello, vamos a defender que, ante los posibles conflictos derivados del exceso de información infundada y difundida entre los ciudadanos, es importante promover una formación política en los ciudadanos para enfrentar los peligros que puede desencadenar internet.

Índice

Introducción: la práctica comunicativa como fundamento del pensamiento político habermasiano	5
1. Principios ético-políticos de la democracia deliberativa	8
1.2. Opinión pública y racionalidad deliberativa	13
1.3. Los nuevos paradigmas de la sociedad red	19
1.4. Esfera pública y opinión pública en la sociedad red	21
2. Crítica al planteamiento habermasiano de la racionalidad deliberativa	24
2.1. Crítica al modelo de democracia deliberativa por Alexander Kluge y Oskar Negt	25
2.2. Crítica al planteamiento habermasiano desde el enfoque feminista: Seyla Benhabid.	28
Nancy Fraser	28
2.3. Respuesta de Habermas a la crítica feminista	32
3. Información y comunicación	34
3.1. El informacionalismo: paradigma tecnológico de la sociedad red	37
3.2. Capitalismo en la era digital	40
3.3. El concepto de valor en la sociedad red	41
3.4. Capitalismo informacional	43
3.5. Capitalismo cognitivo	45
3.6. Capitalismo de la vigilancia	46
3.7. Medios de comunicación simbólicamente generalizados	49
3.8. Internet como medio de expansión y el fenómeno de la Web 2.0	56
4. Racionalidad deliberativa en el contexto de internet y de la Web 2.0: un modelo normativo	59
4.1. Internet, las TIC y las IA como generadores y transformadores del espacio público contemporáneo ..	62
4.2. Deliberación política en la era digital	65
Conclusiones	69
BIBLIOGRAFÍA	72

Introducción: la práctica comunicativa como fundamento del pensamiento político habermasiano

Es conocido el trabajo intelectual y sistemático de Jürgen Habermas y, con ello, su forma de problematizar los aspectos que comprenden a la filosofía política desde un enfoque interdisciplinario que da cuenta de los conflictos internos en la fundamentación de los ideales de la Modernidad, tales como la justicia, la moral, el derecho y el reconocimiento recíproco entre las personas, que es el eje central de la práctica comunicativa. Considero importante mencionar que el trabajo de Habermas ha contribuido a la configuración de nuevos paradigmas que cuestionan los alcances de las ciencias sociales e, incluso, podría decir que le aportó a la filosofía una función social.

Así pues, en el ámbito de la filosofía práctica Habermas contribuyó en la construcción de conceptos que permiten entender diversos acontecimientos y las formas en que se vinculan dichos sucesos a partir de relaciones intersubjetivas. En este sentido, Habermas ha cambiado la manera de comprender a la acción humana. Desde su conceptualización, la acción humana es una *acción interactuante* en la medida en que los participantes de la argumentación son autónomos y racionales, ello implica que las intenciones puestas en el discurso tienen como propósito llegar al entendimiento recíproco. Por lo cual, Habermas defiende que los participantes del discurso racional tienen la capacidad de superar los posibles conflictos que surgen en el diálogo, como la manipulación dentro del discurso.

Para enfrentar estos conflictos, en su obra *La inclusión del otro. Estudios sobre teoría política* [*Die Einbeziehung des Anderen*; 1996], Habermas emplea el principio de cooperación social como mediador de esas tensiones (1999:32), de acuerdo con el concepto de cooperación social, que él retoma de Piaget, las acciones comunicativas, además de llegar a un consenso racional y funcional, deben estar reguladas por normas que expresen el sentido de aquello que manifiestan. Es importante señalar que la aclaración que hace Habermas al respecto, si bien los comportamientos racionales de los agentes tienen motivos o intenciones que se predicen en los enunciados con el objetivo de hacerlos comprensibles para los interlocutores del discurso, no obstante, él sostiene que los motivos expresados en los enunciados racionales que construyen los agentes son racionales por semejanza con sus experiencias. Por consiguiente, la acción comunicativa consiste en el intercambio de diferentes posturas que forman las relaciones intersubjetivas. Más aún, la acción comunicativa comprende diversas manifestaciones simbólicas que tienen una relación directa con el lenguaje, pues la acción comunicativa se constituye de ejercicios que tienen como objetivo hacer coincidir las conductas de los seres humanos entre su pensar y actuar.

De esta manera, uno de los pilares de la acción comunicativa es el entendimiento mutuo de los agentes, participantes del discurso, el acuerdo y la comprensión. De esta manera, en la Teoría

de la acción comunicativa [*Theorie des Kommunikativen Handelns*, t.I; 1987], Habermas defiende que los agentes del discurso parten de sus peticiones individuales, con la condición de que esos objetivos particulares lleguen a coordinarse bajo objetivos comunes. Es importante destacar que para la teoría de la acción comunicativa es imprescindible el lenguaje, pues funciona como vehículo en el cual se realiza la coordinación de las conductas humanas. Como mencionamos antes, el eje central de la acción comunicativa es la racionalidad que permite la comprensión recíproca entre los participantes del discurso; dicha racionalidad se constituye de las pretensiones de validez universal y de su pretensión de verdad, veracidad y de susceptibilidad a la crítica.

El aporte sustancial de la acción comunicativa es su carácter universal y normativo que regula las condiciones del trato solidario y recíproco que se da entre los agentes. El propósito de la práctica comunicativa, basada en el reconocimiento intersubjetivo con pretensiones de validez universal y susceptible a crítica, es configurar una racionalidad como fundamento de las prácticas de deliberación política.

De esta manera, la racionalidad se fundamenta en la teoría de la argumentación. Ahora bien, el diagnóstico de Habermas apunta a relacionar la razón y el saber (24). El saber está compuesto por proposiciones que se muestran como verdaderas; dicho saber se compone, además, de la capacidad de lenguaje que tienen los sujetos y de sus acciones que hacen uso de ese conjunto de proposiciones que comprende el conocimiento: “En las emisiones o manifestaciones lingüísticas se expresa explícitamente un saber, en las acciones teleológicas, se expresa una capacidad, un saber implícito.” (*Ibid.*, 24). El problema que plantea Habermas es la cuestión sobre qué significa actuar de forma racional en una determinada situación, pues lo racional de una emisión o manifestación lingüística (o no lingüística) depende de si es fiable. De acuerdo con el análisis de Habermas al respecto de la validez de las emisiones o manifestaciones lingüísticas de los sujetos, él afirma que son válidos en relación con las condiciones de validez del contenido semántico y de los motivos que constituyen dichas emisiones siempre que la evaluación de los enunciados sea favorable y eficaz para la acción comunicativa.

Por consiguiente, Habermas defiende las condiciones de racionalidad de los juicios de la siguiente manera: “Una manifestación cumple con los presupuestos de racionalidad si y sólo si encarna un saber falible guardando así una relación con el mundo objetivo, esto es, con los hechos y resultando accesible a un enjuiciamiento objetivo —continúa— y un enjuiciamiento sólo puede ser objetivo si se hace por la vía de una pretensión transubjetiva de validez que para cualquier observador o destinatario tenga el mismo significado que para el sujeto agente.” (*Ibid.*, 26). No obstante, para Habermas la racionalidad que es intrínseca a la práctica comunicativa no se reduce a la validez ni a la efectividad de las manifestaciones o emisiones de los participantes del discurso, sino que abarca otras formas de argumentación producidas, por

ejemplo, por modos reflexivos. Sin embargo, en *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático en términos de teoría del discurso* [Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats; 1992] Habermas señala que la normatividad que caracteriza a la racionalidad comunicativa no se dirige de forma directa al entendimiento: “La racionalidad comunicativa se manifiesta en una trama decentrada de condiciones trascendentalmente posibilitantes, formadoras de estructuras y que impregnan la interacción, pero no es una facultad subjetiva que dicte a los actores qué es lo que *deben* hacer.” (2005: 67). La racionalidad comunicativa tiene como único contenido normativo el asumir presupuestos contrafácticos que mencionamos antes: la veracidad, la capacidad de entendimiento intersubjetivo, la comprensión recíproca y la autonomía de los juicios o manifestaciones lingüísticas que intervienen en el discurso racional; esto supone, además, que los sujetos son capaces de superar su contexto y de esperar una respuesta que contiene la comprensión sobre las acciones comunicativas de los agentes, participantes del discurso. Habermas afirma que: “La práctica comunicativa cotidiana se exige demasiado a sí misma con sus propias presuposiciones idealizadoras; pero sólo a la luz de esa trascendencia intramundana pueden producirse procesos de aprendizaje.” (*Íbid.*, 68). Con ello, Habermas señala que la normatividad y el entendimiento no tienen una coordinación. Precisamente, el punto coordinador lo desarrolla Habermas en el derecho y en su modelo de democracia deliberativa, como veremos en adelante.

Podríamos decir, además, que la teoría de la acción comunicativa, por medio de los principios normativos y de las pretensiones de validez universal que constituyen el intercambio de juicios de los sujetos, configura un fundamento sobre la posibilidad de un orden social. Más aún, Habermas sostiene que uno de los propósitos fundamentales de la teoría comunicativa es fundamentar, a través del ejercicio de la comunicación, las normas de la vida humana dentro de la sociedad. Es precisamente el criterio de racionalidad el fundamento de la teoría de la sociedad que desarrolla Habermas a partir de una teoría de la comunicación; de esta manera, contribuye en la construcción de una sociedad justa, normativa y en la que los sujetos tienen la capacidad de comprender sus propios juicios y los juicios de otros participantes del discurso. El mutuo entendimiento conduce a los agentes a la integración social en la medida en que la enunciación de sus peticiones individuales construye una trama de motivaciones que orientan a los sujetos a formar las bases de la comunidad en el reconocimiento de sus convicciones en común y de sus diferencias (*Íbid.*, 68).

Por estas razones podemos decir que, el criterio de racionalidad, que es el fundamento del mutuo entendimiento entre los ciudadanos, es la base de la práctica comunicativa y del orden social que Habermas propone y, posteriormente, el criterio de racionalidad fundamenta la construcción de nuevas formas de organización social desde la práctica comunicativa que tiene lugar en la esfera pública, cuyo propósito es formar procedimientos deliberativos e incluyentes.

Así pues, este es el eje central del modelo de democracia deliberativa que plantea Habermas.

1.Principios ético-políticos de la democracia deliberativa

En este apartado vamos a desarrollar los presupuestos ético-políticos de la democracia deliberativa que propone Habermas: la participación ciudadana, la opinión pública, esfera pública y deliberación política.

Al inicio de la Teoría de la acción comunicativa [*Theorie des Kommunikativen des Handels*, t. I; 1985], Habermas sostiene que el tema fundamental de la filosofía es la razón; una razón que no tiene como propósito unificar la multiplicidad de fenómenos sociales, morales, políticos, religiosos, culturales, sino de una razón que se vuelve críticamente a sí misma por medio de la argumentación. En este sentido, como mencionamos antes, Habermas afirma que el fundamento de la razón comunicativa que se dirige a la capacidad de los agentes del discurso para asociarse sin coacciones externas, esto es, sin la presencia de aspectos que no intervengan en la propia argumentación; además, esta capacidad tiene la función de generar consensos racionales por medio de la argumentación. Ahora bien, este principio sobre el cual Habermas funda la acción comunicativa supone que los hablantes poseen, efectivamente, la facultad cognitiva de argumentar con base a motivos racionales que a su vez pueden superar las interpretaciones subjetivas, así como sus peticiones individuales, con el propósito de hallar y comunicar un bien común para la comunidad que consolida la relación entre el discurso y el mundo objetivo (1998: 27).

Para comprender en qué sentido los motivos, que componen un determinado argumento, son racionales es relevante proponer una reconstrucción de las afirmaciones que emplea Habermas al respecto de esta cuestión. Pues bien, para Habermas las acciones que resultan eficientes y las afirmaciones que están fundamentadas, es decir, que tienen pretensiones de validez universal, son racionales, del mismo modo, los sujetos que son capaces de describir inequívocamente los hechos del mundo objetivo, sin alterar cómo ocurrieron, y aquellos para quienes es posible asociar los vínculos entre medios y fines, pueden denominarse personas racionales (*Íbid.*, 33); ahora bien, como menciona Habermas, también las personas que obedecen las normas y que son capaces de justificar su acción frente a una evaluación crítica sobre su manera de comportarse dentro de la sociedad pueden considerarse como racionales. Además, las manifestaciones lingüísticas que no tienen pretensiones de validez universal, por ejemplo, aquellas que expresan un sentimiento, un gusto, una interpretación sobre alguna exposición artística, etcétera, y las acciones que no son eficientes pueden, sin embargo, llamarse también racionales.

Habermas añade que las manifestaciones y acciones reguladas por normas que, si bien no describen objetivamente a los hechos, sí comunican un sentido que se vuelve inteligible en su contexto, pues el contenido que expresan son precisamente las normas que reconocen como válidas y legítimas, sobre esto sostiene Habermas lo siguiente: “También para su racionalidad resulta esencial la posibilidad de un reconocimiento intersubjetivo de una pretensión de validez susceptible a crítica. Sin embargo, el saber encarnado en las acciones reguladas por normas o en las manifestaciones expresivas no remite a la existencia del estado de cosas, sino a la validez de normas o a mostrar evidencias subjetivas.” (*Ibid.*, 34). En este sentido, Habermas hace una distinción entre afirmaciones constatativas que, como el adjetivo lo indica, son afirmaciones que *constatan objetivamente* los hechos y manifestaciones expresivas que sólo expresan consideraciones subjetivas que no corresponden con estados de cosas. No obstante, ambos tipos de afirmaciones son susceptibles a crítica y a fundamentarse debido a que esto es una exigencia de su racionalidad, por consiguiente, tienen pretensiones de validez en cuanto entran en el discurso. En resumen, la racionalidad que es intrínseca a la práctica comunicativa cotidiana, en última instancia, está estrechamente relacionada con el ejercicio de la argumentación como la vía que posibilita desarrollar la acción comunicativa tanto en los acuerdos y los desacuerdos.

De esta manera, Habermas reafirma la idea de que la práctica comunicativa debe desarrollarse a partir de una teoría de la argumentación que explique las condiciones de validez universal y su carácter sistemático¹. No obstante, la pretensión de validez no es la única condición factible para evaluar la eficacia de las normas que están asociadas a la acción; pues en el caso de la práctica comunicativa de los juicios morales, Habermas sostiene que la pretensión de validez no es suficiente para expresar motivos racionales respecto a un tema moral en el ámbito cotidiano, debido a que estos juicios parten de supuestos que están relacionados con la cultura de los hablantes y, por ello, se consideran como expresiones morales racionales porque se adecuan al supuesto de que el acuerdo afecta tanto a quienes intervienen en el discurso como a quienes no. Puede decirse entonces que, las normas que se han establecido según el consenso encarnan el interés común de los afectados. Más aún, este es el principio que Habermas va a defender como la pieza fundamental que precede al trato solidario y recíproco entre los hablantes. Así pues, el carácter normativo y con pretensión de validez universal de la práctica comunicativa es el fundamento del reconocimiento mutuo entre los participantes del discurso. Con otras palabras, el propósito de Habermas es configurar la práctica comunicativa

¹ Es importante mencionar que la razón comunicativa se contrapone a la razón cognitivo-instrumental porque, como bien señala Habermas, la razón cognitivo-instrumental, cuya estructura es proposicional, no tiene como propósito comunicar sino extraer enunciados que afirma con la finalidad de construir el significado del mundo objetivo y su correspondencia con él; de esta manera, es una razón cognitivo instrumental porque busca hacer inteligible a la contingencia del entorno. Por ello, Habermas sitúa a este tipo de razón en el desarrollo de la técnica (*Ibid.*, 27).

basada en el reconocimiento intersubjetivo con pretensiones de validez susceptible a crítica.

Ahora bien, es importante señalar que la interacción entre los participantes del discurso no se reduce a las condiciones impuestas en la propia argumentación, a saber, la pretensión de validez y su perfil normativo, sino que la participación en el discurso de los hablantes en la dimensión pública está mediada por las instituciones, las reglas que deben seguir las ciudadanas y los ciudadanos, o por organizaciones informales que manifiesten de forma explícita la coacción de la acción comunicativa de las personas que, ciertamente, irrumpen en la función principal de la práctica comunicativa, como mencionamos antes, es el mutuo entendimiento y reconocimiento recíproco lo que garantiza un trato solidario entre los hablantes, las fuerzas que coaccionan este principio están presentes en los aspectos externos como la administración pública y la organización de las instituciones.

Más aún, conforme al análisis de Habermas, los ámbitos como la economía y el derecho privilegian sólo a unos y ocasionan, por tanto, una distribución desigual de las condiciones para la realización del discurso; otro aspecto desfavorable es el surgimiento de la especialización como la única fuente segura que puede garantizar un canal comunicativo, presuntamente universal, el cual supone que es el único medio por el cual los agentes del discurso pueden defender acertadamente sus posiciones. No obstante, como lo señala Habermas esto genera un automatismo en los agentes que asumen posturas de forma involuntaria. La estrategia que plantea Habermas para enfrentar los efectos de los procesos de integración social que tienen un perfil instrumental, esto es, procesos deliberativos cuyos objetivos determinados son alcanzados mediante métodos específicos, en general, son procesos técnicos², es defender una postura cognitivista de la racionalidad comunicativa. Esto quiere decir que, en el proceso de comunicación, los participantes tienen la capacidad de aprender a juzgar de forma reflexiva su acción, y la del resto de los agentes, por encima de sus creencias culturales y religiosas; en resumen, esta capacidad cognitiva puede superar la condición particular de los agentes del discurso y enfrentar las fuerzas que coaccionan el ejercicio comunicativo. Puede decirse que esta condición es necesaria para la realización de la participación ciudadana.

Es importante mencionar que la participación ciudadana que defiende Habermas implica una capacidad de crítica en los ciudadanos a pesar de que su opinión se ha visto mediatizada por los medios de comunicación para las masas, las instituciones y otras organizaciones que conforman ese conjunto de fuerzas de coacción, por consiguiente, es necesario construir las

² En palabras de Habermas: "Llamo *argumentación* al tipo de habla en el que los participantes tematizan las pretensiones de validez que se han vuelto dudosas y tratan de desempeñarlas o de recurrirlas por medio de argumentos. Una *argumentación* contiene razones que están conectadas de forma sistemática con la *pretensión de validez* de la manifestación o emisión problematizadas (*Ibid.*, 37).

condiciones adecuadas para que su opinión pública crítica tenga lugar. La participación ciudadana es uno de los fundamentos normativos de la deliberación política, por ello, Habermas sostiene que la opinión de los ciudadanos debe poder articularse de manera eficiente en los asuntos públicos. Por consiguiente, para responder de qué manera es posible articular el concepto de participación ciudadana, Habermas sugiere que debe partirse de un análisis sobre las dos formas políticas que le han adjudicado a la participación ciudadana un eje primordial en la toma de decisiones: el liberalismo y el republicanismo.

Pues bien, en el Capítulo IV, *¿Qué significa «política deliberativa»?*, contenido en *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*. [Die Einbeziehung des Anderen; 1996] Habermas señala las diferencias entre el modelo liberal y el modelo republicano en relación con la democracia y con el Estado. Así pues, el liberalismo tiende a orientar al Estado como el dispositivo de administración pública que organiza la estructura privada y social de los ciudadanos y cuyo único fin es la mediación entre los intereses colectivos y los intereses sociales en el ámbito del mercado. Mientras que el modelo republicano, no se reduce a esta mediación, antes bien, de acuerdo con Habermas: “[la propuesta republicana] representaría más bien un factor constitutivo del proceso de socialización en su conjunto.” (*Ibid.*, 232). En este sentido, el modelo republicano está orientado a defender los valores éticos de la comunidad y a construir relaciones de recíproco reconocimiento entre los ciudadanos, formando de esta manera una asociación libre y que responde a las peticiones individuales de los ciudadanos. Por esta razón, sostiene Habermas que: “Con ello la arquitectónica liberal del Estado y de la sociedad experimenta una importante transformación: junto a la instancia de regulación jerárquica de la soberanía estatal y la instancia de regulación descentralizada del mercado, esto es, junto al poder administrativo, y a los intereses privados surge la *solidaridad* como una *tercera fuente* de integración social.” (*Ibid.*, 232).

Por consiguiente, Habermas defiende que sólo en el modelo republicano surge en la sociedad civil una dinámica que tiene como objetivo la realización de la integración social y del mutuo reconocimiento entre los ciudadanos. A esto, Habermas le denomina poder comunicativo. Él reitera que, en el liberalismo, es notoria una política centrada en el poder económico y por este motivo no hay una conexión entre la comunicación política y su ensamble administrativo, en cambio, en el republicanismo sí hay intercambio entre la administración pública y el potencial comunicativo de los ciudadanos. Es por lo que, para Habermas es en el republicanismo donde surgen las bases para el ejercicio de la voluntad y de la opinión pública. Cabe preguntar, en este punto de la argumentación: ¿cómo define Habermas al ciudadano? Pues bien, Habermas define al ciudadano desde su análisis del enfoque liberal y del republicanismo. Para el liberalismo, el ciudadano se define en el marco de sus derechos subjetivos y que éstos se cumplan sin rebasar el límite impuesto por las leyes del Estado; a su vez, es el Estado el encargo de proteger los derechos individuales de los ciudadanos. A diferencia de esta definición del ciudadano desplegada por el liberalismo, en el republicanismo el ciudadano no obtiene sus

derechos desde sus libertades negativas, dichas libertades se convierten en positivas y sus derechos como ciudadanos se cumplen porque son públicos. El Estado no tiene como una función proteger a esas libertades negativas sino hacer cumplir esos derechos y libertades de los ciudadanos, que son los elementos pre-políticos del propio Estado, con el propósito de garantizar su autonomía. El sedimento de ese ejercicio de libertad que deben practicar comunicativamente los ciudadanos es la institucionalización de dicha práctica (*Ibid.*, 234). Lo que resulta más importante aún es:

La razón de ser del Estado no radica en la protección de iguales derechos subjetivos, sino en la salvaguardia de un proceso inclusivo de formación de la opinión y de la voluntad común, en el que los ciudadanos libres e iguales se entienden acerca de las metas y normas que serían de interés común para todos. Con esto a los ciudadanos republicanos se les exige algo más que una orientación en función de sus propios intereses. (*Ibid.*, 234).

En otras palabras, Habermas defiende el mutuo acuerdo de no rebasar los límites de los derechos individuales con el objetivo de garantizar un buen funcionamiento y una protección recíproca de las libertades individuales. Más precisamente, el modelo republicano tiene como único fin garantizar el bien común, por ello, la defensa de los derechos de los ciudadanos es uno de los aspectos que puede satisfacer ese propósito. Es importante no perder de vista el propósito inicial de la democracia deliberativa que propone Habermas, a saber, convertirse en una forma política que busca otorgar legitimidad al Estado y proveer de coherencia a una sociedad pluralista (Segovia, 2008: 16); además, el modelo de democracia deliberativa tiene como objetivo aportar el reconocimiento de la diversidad de posiciones, identidades, valores, a través de la teoría del discurso. Por este motivo, la democracia deliberativa se constituye de principios comunicativos cuyo fin es institucionalizar su forma discursiva en el espacio y la esfera públicos. Con otras palabras, podemos decir que es la democracia deliberativa de Habermas que pone en el centro la importancia de la deliberación como pieza fundamental en la formación de una política normativa que enfrenta, de la mejor manera, a la globalización que dirige a los Estados hacia una mayor apertura del comercio global y esto ocasiona, en muchos casos, el aumento de pobreza para distintos países (Kauffman González, 2008: 74).

Puede decirse, además, que la democracia deliberativa es una posible solución a los problemas que surgen a partir de la revolución de las tecnologías de la información y, con ello, por la expansión de internet, como veremos en el último apartado y en el segundo capítulo de la presente investigación.

1.2. Opinión pública y racionalidad deliberativa

Antes de abordar el problema central de la presente investigación, es importante presentar una reconstrucción de los conceptos de opinión pública y racionalidad deliberativa con el propósito de sentar las bases de nuestra investigación. El concepto de «opinión pública» tiene diversos significados; Habermas resume las posiciones de distintos autores, entre ellos, Hannah Arendt³, Mills⁴, Steinberg⁵, quienes han propuesto diferentes connotaciones de este término, así como las consecuencias que tiene asumir alguna determinación, con base en sus programas reflexivos. Es importante esclarecer las limitaciones propias de este concepto y del «espacio público», para entender los alcances y su dominio en la actualidad, principalmente en ámbito político donde Habermas sitúa a la opinión pública [*Öffentliche Meinung*] como piedra angular de su modelo de democracia deliberativa.

En el § 4 contenido en el capítulo *II Estructuras sociales de la publicidad* de *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* [*Strukturwandel der Öffentlichkeit. (Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft)*; 1962], Habermas comienza enunciando lo siguiente: “La publicidad burguesa puede captarse ante todo como la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público.” (65) con ello, Habermas defiende que las personas privadas, los burgueses, en su condición, constituyen lo que él llama publicidad burguesa. No obstante, su propósito es desarrollar este concepto. Pues bien, el término “publicidad” concierne, precisamente, al dominio público. Aquí es importante el énfasis que hace Habermas en la palabra “dominio”. De esta manera, sostiene Habermas que las personas privadas no tiene dominio, sino que están dispuestas a obedecer el dominio existente: “La exigencia de poder exhibida en el raciocinio público que, *eo ipso* renuncia a la forma de una exigencia de dominio tenía que conducir si quería permanecer a algo más que a una remoción de la base *legitimatoria* de un dominio por principio legítimo.” (*Ibid.*, 66). Con esto, lo que busca mostrar Habermas es en qué consiste la legitimidad de la publicidad burguesa. Para ello, Habermas muestra que los criterios de «ley» y de «razón» se dan en la interacción de las personas privadas. Lo que él va a defender es que el origen de la sociedad burguesa está en la familia. De esta forma, lo privado y lo público adquiere un sentido dentro de la organización doméstica de las familias. Análogamente, Habermas ve, por ejemplo, en el padre de familia la figura del poseedor de mercancías: “El desdoblamiento de la esfera privada en los planos de mayor elevación de la esfera íntima proporciona el fundamento para identificar a aquellos dos roles con el rótulo común de «lo privado»; a esa identificación se reduce también, en última instancia la autocomprensión política de la publicidad burguesa.” (67)

³

Arendt, H. (1958) *The Human Condition*, Chicago: The University of Chicago Press.

⁴ Mills, C. W. (1975) *La élite del poder*. México: FCE.

⁵ Steinberg, Ch. (1969) *Los medios de comunicación social*. México: Ed. Grijalbo.

Con esto, Habermas defiende que la publicidad, surge del raciocinio de las personas privadas, no tuvo originalmente una participación en asuntos políticos, antes bien, él sostiene que aquello que caracteriza al raciocinio de la sociedad burguesa no es un perfil objetivo, sino la subjetivo: “Son intereses psicológicos también los que guían al razonamiento que prende en las formas culturales ahora públicamente accesibles: en la sala de lectura y en el teatro en museos y conciertos.” (*Ibid.* 67)

El origen de la publicidad, fundada por la sociedad burguesa, está en las reuniones de las personas privadas en calidad de público. Es importante resaltar esta parte; la publicidad literaria es una pieza central en la configuración del concepto. Como apunta Habermas, en los *coffe-houses*, en los *salons* y en los *Tischgesellschaften* surge, además, la idea de espacio público en la medida en que funge como un espacio donde los intelectuales burgueses tuvieron la oportunidad de intercambiar opiniones sobre obras literarias. Más adelante, Habermas muestra un esquema que ejemplifica los conceptos de publicidad en el ámbito privado y en el ámbito público. Intentaremos reconstruir su propuesta, añadiendo a la función del espacio público:

Ámbito privado (Fase 1)	Esferas de la publicidad (Fase 1)	Ámbito público (Fase 1)
publicidad burguesa; corresponde a la esfera del trabajo mercantil y del trabajo social	De la publicidad literaria surge la publicidad política Publicidad política (asuntos públicos y objetivos) Publicidad literaria (salones cafés,	Estado (gobierno) Sociedad aristocrática (que se ve desplazada por el inicio de las reuniones de los burgueses)

	espacios de reunión de las personas privadas)	
Las pequeñas familias (dónde surge la idea de organización de las personas privadas)	Opinión pública: mediación entre el Estado y las necesidades de la sociedad.	Funciones del espacio público

Por consiguiente, conforme al diagnóstico de Habermas, él considera que la separación entre Estado y sociedad desintegra a la esfera pública del ámbito privado (68). Más aún, la publicidad corresponde, en principio, a la acción de las personas privadas: “En el seno del ámbito reservado a las personas privadas distinguimos, por consiguiente, entre esfera privada y publicidad.” (*Ibid.* 68). De esta forma, podríamos decir que, en el núcleo de lo que Habermas llama «ámbito reservado» surge la publicidad como contraste de la esfera privada.

En el § 12 de este mismo libro, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* [*Strukturwandel der Öffentlichkeit. (Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft)*; 1962], Habermas parte de un análisis detallado del uso de las palabras «publicidad» y «público» así pues, ambos términos se predicen cuando hacen referencia a las organizaciones sociales que son accesibles a todos los ciudadanos. Sin embargo, dichos términos tienen diversas acepciones que, en última instancia, dependen de las interpretaciones y del contexto en el interior de los cuales se utilizan.

Ahora bien, Habermas esclarece ambos conceptos en relación con la subjetividad y, más precisamente respecto al público como portador de aquello que al sujeto le interesa publicar: la opinión. En este sentido, a pesar de los significados que se contraponen entre sí, el objetivo sobresaliente de lo público es diferente debido a los ámbitos en los que se desarrolla tal como señala Habermas, por ejemplo, en el periodismo, su contenido es explícitamente público pues se caracteriza por servir al público a través de la difusión de la información, no obstante, lo que muestra Habermas es la posibilidad de que ese carácter público en distintos ámbitos, incluso para el análisis sociológico puede adoptar diversas acepciones.

De esta manera, la opinión pública se entiende a partir de sus diferentes determinaciones, es importante señalar que estas formas tienen en común a la comunicación. Es la comunicación lo que permite relacionar el objetivo de los sujetos con la esfera pública. Más específicamente, Habermas enfatiza las categorías tradicionales de lo público y lo privado en relación con la capacidad de los sujetos para desarrollar juicios. Por consiguiente, el significado de opinión debe distinguirse de la *doxa* en su sentido griego, como una expresión que no se sustenta en la argumentación. De este modo, para Habermas, dentro del *bios politikos* surge la *lexis* que caracterizó a los diálogos y, con ello, se establecieron los espacios idóneos donde los hombres griegos tuvieron la oportunidad de expresar su opinión de forma pública. Por este motivo, Habermas sostiene que el término de deliberación tiene su origen en la dinámica de la vida pública griega y en la *praxis*, es decir, en la labor común que tenían los ciudadanos.

De esta forma, en la Grecia clásica, el espacio público está compuesto de dos polos: por un lado, está *polis* que representaba la actividad política y en la cual todos los ciudadanos libres,

koyné, podían participar. Por otra parte, la dinámica dentro del espacio público se constituye de un lugar donde cada ciudadano libre se apropiaba de su espacio, *oikos*. Es relevante mencionar que la libertad, en el sentido griego clásico, es un ejercicio de igualdad, en cuanto que los ciudadanos libres se consideraban como iguales. En este sentido, lo público se refiere al ejercicio del diálogo, de la deliberación. Habermas sitúa el origen de la diferencia entre lo público y lo privado precisamente en la práctica de la deliberación en la *polis* griega.

No obstante, es hasta la Modernidad donde tiene lugar el desarrollo de la razón como eje central del ejercicio de la deliberación pues, la razón como capacidad discursiva, surge a partir de las ideas ilustradas, las personas con formación científica, política, esto es, con criterio, pueden efectivamente hacer uso público de la razón, pero una de las tensiones que muestra Habermas es que esta práctica comunicativa no debe corresponder únicamente a las personas privadas. Es por ello por lo que Habermas defiende que el concepto de publicidad comprende una forma de subjetividad que si bien, como mencionamos más adelante, surge de las pequeñas familias burguesas, sin embargo, cohesiona a la sociedad, pero de la opinión pública realizada en el espacio público derivan diversas implicaciones y conflictos sociales.

La importancia del análisis de Habermas respecto al significado de la opinión pública se debe a su relación con la propuesta de un orden social a partir de la crítica de las organizaciones sociales establecidas; de este modo, Habermas afirma que, en la Modernidad, la opinión pública ha adquirido un sentido burgués, desde las ideas de la Revolución Francesa donde la publicidad de la sociedad aristocrática tuvo mayor relevancia en la vida política. Posteriormente, Habermas sitúa a la publicidad burguesa en su forma paradójica: mantiene el carácter de lo público, pero se trata de una concentración de reglas y opiniones privadas que se practican desde arriba, esto es, desde sus posiciones privilegiadas y exigen que se reconozcan como públicas. Esta publicidad deriva de la dinámica representativa que los soberanos mantuvieron frente a las autoridades en los reinados; dicha práctica estuvo presente en el Parlamento inglés, como lo refiere Habermas. Es importante mencionar que la publicidad burguesa no busca cambiar las dinámicas políticas con respecto a lo público y a lo privado, ni pretende dominarlas, sino que se adapta a su legitimidad.

Conforme a lo que defiende Habermas, en cuanto la sociedad entiende que las leyes que componen al dominio público buscan someter y controlar, legítimamente, sus experiencias en el ámbito público, surge la autocomprensión de estas experiencias privadas que se transforman en públicas y que van de las pequeñas familias burguesas a las instituciones y organizaciones del Estado. Con ello, el sentido de lo público que antes se entendía como una característica exclusiva en la actividad política, en la Grecia clásica, se convierte, en la Modernidad, en una actividad no exclusiva, donde los ciudadanos pueden participar en los asuntos públicos. De

acuerdo con esto, Habermas distingue, además, el dominio de la esfera pública y la esfera privada. A la sociedad burguesa le corresponde la esfera privada, pues no sólo su propiedad es privada, sino que lo son además las relaciones del mercado, que representan la base de la estructura económica y de las relaciones sociales, así como el trabajo, corresponden al ámbito privado, en el sentido de una «intimidad libre» (*Ibid.*, 66). Más aún, para Habermas la subjetividad surge de la intimidad de las pequeñas familias. En consecuencia, entran en conflicto con el Estado que corresponde a la esfera pública, la tensión entre la sociedad conformada a partir de núcleos pequeños y el Estado que está formado de la suma de estos núcleos constituyen el estado de la propia sociedad. Sin embargo, dicha situación ha cambiado en los tiempos recientes.

De esta manera, la figura de lo público no le corresponde únicamente a los expertos en los asuntos políticos y públicos, pues esto supondría que el concepto de publicidad es exclusivo de las personas privadas, los burgueses, como lo sostuvieron algunas prácticas de la Ilustración que a su vez defendían las sociedades secretas en nombre del progreso, antes bien, Habermas defiende que la razón debe realizarse en la comunicación racional entre un público de seres humanos informados y capaces de producir juicios y, de esta forma, hacer uso público de su capacidad de entendimiento. En consecuencia, el espacio público es el lugar idóneo donde se realiza la opinión pública de los ciudadanos. No obstante, es posible que el espacio público se desvíe de su propósito inicial, y pueda deformarse o ser manipulado por aspectos externos, pero constituye a la sociedad y le permite legitimarse. De este modo, el ejercicio de la libertad, a diferencia de la *polis* griega, depende de las dinámicas que se realizan dentro de este espacio adecuado donde tiene lugar la opinión pública. Más aún, tanto la libertad individual como la libertad colectiva, las organizaciones políticas y sociales, están sujetas a los cambios que se dan en el interior del espacio público.

Ahora bien, es importante aclarar que cuando Habermas menciona al espacio público como el ámbito idóneo donde se realiza la opinión pública, no se refiere a un espacio político en el sentido de una organización gubernamental u otro tipo de organización social que defiende principios y normas políticas, sino que se refiere a un espacio donde los ciudadanos pueden participar con la exposición de sus juicios intercambiando un diálogo racional cuyo propósito es llegar a acuerdos. Por este motivo, el espacio público es civil e integra a la participación ciudadana como su única materia, su propósito es proteger el bien general de los ciudadanos y su derecho a participar en los asuntos públicos.

Es importante subrayar que, a juicio de Habermas, la idea de *Publizität* se encuentra formulada en la filosofía del derecho y de la historia de Kant. El §13 comienza con la siguiente distinción: “El proceso político del que se sirven las personas privadas políticamente

raciocinantes frente a la dominación absolutista se ve a sí mismo como impolítico: la opinión pública quiere racionalizar la política en nombre de la moral.” Con ello, Habermas muestra que, antes del siglo XVIII, la filosofía política no había integrado a la moral y a la razón en la esfera social. Para Habermas, la asociación entre moral, naturaleza y razón la desarrolla Kant en su filosofía del derecho y de la historia. En *La paz perpetua*, Kant defiende que la constitución civil de los Estados debe ser republicana y construir una federación cosmopolita que busque la paz. De esta manera, Kant introduce a la moral en la esfera social.

La cuestión central es ver cómo llega Kant a este resultado. Pues bien, lo plantea por medio de la publicidad como principio de mediación entre política y moral. Kant defendió que, a pesar de que la política es un ámbito independiente de la moral: sin embargo, él sostiene que la política no puede actuar sin dar “tributo a la moral”, esto quiere decir que Kant considera necesaria una mediación entre ambas. Más aún, la publicidad funge como un principio de ordenación jurídica y método de la ilustración.

Esto significa, de acuerdo con la reconstrucción que propone Habermas, pensar por sí mismo significa pensar en voz alta y, en esta acción se ejerce el uso público de la razón. En un primer momento, Kant considera que sólo los filósofos tienen pueden hacer uso público de la razón pues su propósito es la exposición pública de la verdad. No obstante, Kant añade que, las personas privadas pueden hacer uso público de la razón en la medida en que rebasan los límites de su esfera privada. Por consiguiente, pueden exponer su opinión y dirigirse «al público, al mundo por medio de sus escritos». ¿Dónde está este mundo? En el mundo literario, dice Kant, en la sociedad lectora racioncinante. Así pues, podemos agregar que, en la época de Kant, el medio de comunicación más efectivo para difundir la opinión pública de las personas privadas, esto es, de la sociedad burguesa, es la escritura. Además, Kant sostiene que el principio que componen la constitución republicana de los ciudadanos es organizativo del Estado de derecho pues, debe haber una correspondencia entre las leyes generales, la libertad y lo justo. De esta manera, la libertad de los ciudadanos que corresponde a su igualdad en la dimensión de las leyes públicas, que tienen lugar, precisamente, por el uso público de la razón (que en Rousseau es la voluntad general); así, Kant defiende, con ello, la construcción de la unidad de la conciencia trascendental que coincide con la unificación, producida por el principio de publicidad, de todas las conciencias empíricas. Más aún, Kant defiende que, la coincidencia de los juicios de los ciudadanos, a pesar de su diferencia, se debe al acuerdo entre las actividades políticas con el derecho y la moral donde sus máximas necesitan de la publicidad.

1.3. Los nuevos paradigmas de la sociedad red

Como hemos mencionado antes, nuestra época se caracteriza porque es testigo de una revolución de las tecnologías de la comunicación y la información, esto implica una serie de cambios en la manera en que asumimos y empleamos la comunicación, pero esos cambios no

sólo están presentes en ámbito social y en la esfera privada, sino que el medio de expansión denominado internet ha generado transformaciones en diversos ámbitos, entre ellos: la política, la cultura, el derecho; en la economía, la ampliación de las empresas y sus respectivas relaciones comerciales entre diversas naciones, así como sus objetivos por alcanzar un aumento de capital han provocado una reconfiguración del sistema económico global que ha dejado secuelas en los países menos favorecidos. Con ello, ha crecido la desigualdad social, produciendo un número considerable de desempleo, por consiguiente, ha contribuido al aumento de la pobreza; en el ámbito cultural, como señala Castells (2003: 8) internet se ha convertido en más que una tecnología, tal como lo fueron en su momento, la electricidad y la imprenta, etc., internet es, además, una *producción cultural*. Esto quiere decir que internet ha cambiado de forma sustancial la manera en que se produce la cultura y, en general, ha alterado cómo funcionan las prácticas sociales. Es importante subrayar que esta evolución de las tecnologías de la información ha cambiado, principalmente, la forma de comunicación; podríamos decir entonces que, se ha incrementado la productividad de las redes de comunicación; ya no es necesario estar frente a frente para comunicar imágenes, sonidos, palabras, acciones, opiniones, expresiones artísticas, para enviar datos de todo tipo es suficiente con tener servicio de internet en el móvil (teléfonos inteligentes cada más sofisticados) y en el ordenador (con capacidades de almacenamiento cada vez mayores). Uno de los riesgos que representa el crecimiento de las tecnologías de la información y de la comunicación es la formación de una sociedad que está integrando distintos propósitos de redes comunicantes, más específicamente, estas redes han permitido que acciones delictivas se incrementen y se vuelvan más permisibles para que ciertos grupos puedan formar asociaciones que dañan al resto de la sociedad. En este sentido, las tecnologías de la información, en principio, están al servicio de las personas, pero, como veremos más adelante, detrás hay un conjunto de suposiciones sobre el control del comportamiento de los individuos.

Como menciona Castells: “Las redes informáticas interactivas crecen de manera exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación y dando forma a la vida, a la vez que éstas les dan forma a ellas.” (1996: 19). Esto no significa que internet determine el camino de las prácticas sociales, sin embargo, si las cambia de manera sustancial en la medida en que implementa estructuras digitales que permiten un incremento en el intercambio de mensajes a una velocidad mayor. Así, por ejemplo, Castells menciona el caso de los movimientos sociales que se han vuelto locales, y sus límites para transformar una parte de la realidad social son delimitaciones digitales causadas por el exceso de vigilancia; dichas organizaciones se han reducido a peticiones menores y están condicionados a asumir una postura que no enfrente de manera radical las normas impuestas por el sistema político

impuesto. Otro ejemplo de las cuestiones mediáticas que paran las protestas justas de los individuos es la ampliación de los medios de comunicación para las masas e internet, además, la información mediática que resulta del espectáculo de la vida política se aleja de la garantía del bienestar de la ciudadanía. Más aún, la desconfianza propagada por los ciudadanos respecto a los asuntos públicos y políticos de sus naciones proviene de esa descalificación que hacen de sus representantes políticos con base a la información difundida y extendida por internet.

Por esta razón, Castells afirma que la política global está en medio de una crisis estructural de legitimidad (*Ibid.*, 20) que es consecuencia de su dependencia sobre los “juicios” de los medios de comunicación para las masas y, habría que añadir, actualmente estos “juicios” son cada más difundidos a través de las redes sociales, las páginas Web, los periódicos digitalizados y lo que es más preocupante aún es la propagación de lo bots que son opiniones programadas para construir una propaganda personalizada sobre algún representante político y defender o derribar su liderazgo. Una de las conclusiones importantes que puede extraerse del diagnóstico de Castells es que en una sociedad que está experimentando diversos cambios de forma acelerada, los individuos buscan formar fuerzas que vayan a contracorriente del caos tecnológico que se desprende del aceleramiento de esas transformaciones, de este modo surge el fundamentalismo religioso como una fuerza que provee de confianza y movilización a los colectivos.

A partir de este argumento, Castells sostiene que en la sociedad red la identidad es un aspecto sobresaliente, lo que necesitan los individuos en una sociedad globalizada es defender su identidad, su sistema de creencias, para identificarse en el interior de esta revolución tecnológica de la información: “Nuestras sociedades se estructuran cada vez más en torno a una posición bipolar entre la red y el yo” (*Ibid.*, 21). Castells afirma que este comportamiento en el que los individuos pretenden enfrentar con sus identidades los constantes cambios de la sociedad red, deviene una serie de fallas en la comunicación. Sin embargo, podemos decir que, a diferencia de lo que sostiene Castells, la comunicación no se detiene, sino que encuentra nuevas formas para expandirse.

Es importante mencionar que, como señala Castells, si bien la influencia de internet en la sociedad es sustancial, esto es, su presencia ha logrado que distintos ámbitos transformaran sus estructuras, esto no implica que internet determine en última instancia a la sociedad ni al revés, que la sociedad determine las formas, el desarrollo y la evolución de internet pues en su proceso intervienen distintos factores que son externos a sus mecanismos. Por consiguiente, sostiene Castells, que el resultado de la revolución tecnológica deriva en una red compleja compuesta principalmente por interacciones (*Ibid.*, 21). Es preciso mencionar que esta interacción está presente en la esfera y la opinión públicas. Como veremos en los próximos capítulos, vamos a

mostrar cómo la influencia de internet ha cambiado la participación ciudadana y, por consiguiente, la opinión pública, y la deliberación política.

1.4. Esfera pública y opinión pública en la sociedad red

A diferencia de Castells que ve en la revolución tecnológica el principal motor de cambio en las sociedades contemporáneas, para Habermas, si bien, el espacio público y la esfera pública deberían constituirse, en principio, como un espacio idóneo donde se posibilite la participación ciudadana crítica, él reconoce en el Prefacio a la edición alemana de *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* [Strukturwandel der Öffentlichkeit. (Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft); 1990] que la publicidad se modificó ante la aparición de los *mass media* electrónicos que, desde el análisis de Habermas, los medios de comunicación para las masas contribuyen a subordinar el papel de la participación política a la forma en que opera el entretenimiento y a información. Más aún: “Junto con la comercialización y la condensación de la red de comunicación, junto con el creciente despliegue de capital y el ascendente grado organizativo de los dispositivos publicistas, los canales de comunicación pasaron a estar regulados de manera más intensa y las oportunidades de acceso a la comunicación pública quedaron sujetas a una presión selectiva aún mayor.” (1994: 16). A partir de este análisis sobre los *mass media* digitales, Habermas afirma que desde su aparición la esfera pública cambió y «se degeneró en un ruedo impregnado por el poder», en una situación así, el espacio público está controlado por el poder impidiendo, la exposición de distintas perspectivas que expresan los valores de los ciudadanos. Aunque este es sólo un primer cambio en el espacio y la opinión públicos. Ahora bien, para comprender de qué manera ha cambiado el público. Para Habermas, este problema debe plantearse tomando en cuenta que la expansión de los medios de comunicación para las masas fue escalando en distintos países, en Estados Unidos de Norteamérica la televisión fue el medio de comunicación que influyó durante la década de los sesenta; en contraste con Europa y, más específicamente, con Alemania, la televisión entró en ese país hasta finales de los setenta, habría que añadir que si bien el análisis sociológico desarrollado por Adorno en el que pone como eje central el concepto de cultura de masas y con él se refiere precisamente a una sociedad consumista antes que una sociedad crítica, Habermas retoma este concepto pero lo vincula a la sociedad consumista de ideologías políticas que alteran la participación ciudadana y por ende al espacio público. Estas opiniones difundidas por los medios de comunicación masiva tiene como propósito influir en las decisiones políticas, económicas y del Estado para balancear o disgregar a los colectivos que están en favor de un partido político, de un representante y habría que

añadir que la estrategia de los *mass media* en muchas ocasiones consiste en distraer al público para continuar con la propaganda de las diferentes propuestas y de otros criterios privados que pueden intervenir en las decisiones públicas; lo que muestra el diagnóstico de Habermas al respecto es que debe promoverse una forma de comunicación que evite el conflicto entre las opiniones privadas y las opiniones de los medios de comunicación, esto con el fin de evitar una posible confusión en el público al momento de que deban tomar decisiones políticas.

Además, podemos decir que la principal característica de internet es su forma global, esta cualidad le permite llegar a más público y en un tiempo menor en comparación con la televisión, la radio y la prensa; si en el siglo XVII la imprenta representó un cambio para la difusión de las noticias, el entretenimiento y la cultura, a finales de la década de los sesenta en el siglo XX el nacimiento de internet estaba en espera de revolucionar la comunicación, sólo faltaba desarrollarse a tal punto de hacer permisible una red de comunicación. Es importante considerar que, en principio, internet permite una mayor libertad de expresión también hay fuerzas cibernéticas (como veremos en los próximos capítulos) que tienen la función de limitar y vigilar las acciones de las personas y, principalmente, su acción vinculada al uso de las herramientas digitales.

Así pues, podemos decir que el espacio público y la opinión pública han cambiado a razón de la influencia de internet como el medio de difusión que permite formar redes de comunicación cuyo origen y destino es casi cualquier parte del mundo; reiteramos que la velocidad con la que se transmiten los mensajes es importante porque para el público ya no hay suficiente tiempo para asumir el contenido del mensaje, por lo que podríamos decir que, como una hipótesis, el público esté desprovisto de hacer un análisis exhaustivo sobre aquello que se le comunica. Ciertamente, por estas razones, en la deliberación política ha habido un cambio con la llegada de internet. Puede decirse que, desde la posición de Habermas, es posible entender a la comunicación política como una acción que debe buscar la manera de formar un espacio idóneo para realizarse. Lo importante es comprender cómo y cuáles son las condiciones que permiten a la ciudadanía un mejor un mejor entendimiento y participación en los asuntos públicos.

Considero crucial aclarar que internet no es el único medio por el cual se difunde información que afecta a la vida política y, principalmente, a la sociedad civil en la toma de decisiones, no obstante, como mencionamos antes, sí es el medio de difusión que posee un mayor alcance, un alcance global. En este sentido, la expansión de internet es, digámoslo así, el medio de difusión que cuenta con la tecnología para propagarse y formar redes. Con ello, la

opinión pública y el espacio público se transforma y permite una libre difusión de opiniones, creencias, juicios en torno a los asuntos públicos, pero detrás de esa expresión de opiniones diversas hay quienes poseen información importante y quienes deciden qué es lo que se comunica y cómo se comunica. Sin embargo, en este contexto, ¿podemos pensar que es posible construir un diálogo entre aquellos que poseen esta información y el público? Con otras palabras, ¿es posible establecer un diálogo entre la sociedad civil y las élites de poder? En principio, el problema al que habría que intentar responder es si en el contexto de la revolución tecnológica, es posible hallar formas de diálogo entre los ciudadanos para contrarrestar los efectos negativos que se desencadenan del impacto que tiene internet.

¿Qué significa la comunicación en red? Significa una constante interacción de datos, mensajes o, mejor dicho, un constante cambio recíproco de información. En este contexto, la opinión pública se refiere a un constante intercambio de información respecto a los asuntos públicos. Podríamos decir, además, que el espacio público se ha vuelto global. Internet permite más que los medios de comunicación que se desarrollaron antes: permite que el público no sólo sea el receptor de la información y, por ende, que debe formarse una serie de opiniones sobre los asuntos públicos y a la vida política de su país, sino que posibilita que se comporte como un programador de información, esto cambia casi por completo la figura del público que pensaba Habermas.

Podríamos decir que, para finalizar la Introducción de la presente investigación, la esfera pública, la opinión pública, la política, la ciudadanía dependen de aquellos que comunican los medios de comunicación y de internet para consolidarse. Intentaremos responder cómo internet se ha convertido en un generador de opiniones públicas y un mediador del poder político y económico. Antes de ello, vamos a mostrar las críticas que se le han hecho al planteamiento habermasiano de democracia deliberativa con el propósito de defender el desarrollo de su modelo.

2. Crítica al planteamiento habermasiano de la racionalidad deliberativa

Antes de abordar la crítica que autores como Alexander Kluge y Oskar Negt dirigen al planteamiento de Habermas sobre la democracia deliberativa, es importante proponer una reconstrucción de los argumentos centrales que constituyen el modelo de democracia deliberativa. Pues bien, en el capítulo *VII Política deliberativa: un concepto procedimental de democracia*, de *Facticidad y Validez* [*Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*; 1992, 1994], en primer lugar, Habermas analiza

el concepto procedimental de democracia que, desde su diagnóstico, esta concepción de la democracia excede en idealizaciones. Ahora bien, el tratamiento que propone Habermas puede verse del siguiente modo: i) en un primer momento, Habermas sostiene que un estudio sociológico de la democracia debe considerar las prácticas políticas que no deben sustentarse en una revisión de la filosofía de la historia; sino que es necesario una revisión de la validez del derecho (2005: 363). De esta forma, en un momento posterior, ii) la tensión que ve

Habermas entre la facticidad y validez del derecho es una pieza intrínseca del propio derecho: “En lo que sigue, el tema será la relación externa entre facticidad y validez, es decir, la relación que se da entre la autocomprensión normativa del Estado de derecho, explicada en términos de teoría del discurso, y la facticidad social de los procesos políticos [...]” (*Ibid.*, 364). Este examen que propone Habermas consiste en mostrar, por decirlo de alguna forma, el desplazamiento de modelos normativos de democracia desde el punto de vista de la ciencia social.

I) Comparación entre modelos normativos de democracia	II) Análisis de la concepción procedimental del proceso democrático	III) Diagnóstico sobre la «traducción sociológica» de la comprensión procedimental de democracia.
Esto le permite a Habermas comprender las diferencias entre las teorías de democracia.	“[este análisis] ya no se compadece con la concepción totalizadora de una sociedad centrada en el Estado, y se presenta pretendiendo neutralidad frente a proyectos de vida que compiten entre sí.” (<i>Ibid.</i> 364)	Habermas examina el vínculo entre esta concepción sociológica (de Robert Dahl) con la propuesta que comprende a la sociedad conformada de individuos libres jurídicamente.

Por consiguiente, el problema que ve Habermas en la teoría del derecho articulada por algunas teorías sociológicas, como la teoría de sistemas sociales, es que, si bien integran el carácter empírico del poder, no obstante, lo reducen a poder social. De esta manera, el poder

político está articulado en términos del poder social y se deriva de este. Así pues, la propuesta de Habermas es desarrollar una teoría de la democracia, que permanezca con un carácter normativo, que sólo integre conceptos de las ciencias sociales: “Pues lo que esta teoría trata de demostrar es que las prácticas democráticas, desde la perspectiva de los participantes mismos pueden legitimarse bajo una descripción empirista.” (*Ibid.*, 365). Podemos añadir que, de esta manera, el problema de la facticidad y la validez del derecho, es decir, como una realización del derecho en las instituciones, por un lado, y la evaluación del derecho dentro de un modelo normativo, por otra parte, en el análisis de la teoría social, sostiene Habermas, es un vínculo superficial.

2.1. Crítica al modelo de democracia deliberativa por Alexander Kluge y Oskar Negt

En el primer capítulo de este texto, titulado *La esfera pública como organización de la experiencia social* Negt y Kluge parten de las siguientes cuestiones: «¿Hasta qué punto puede la clase trabajadora utilizar la esfera pública? ¿Qué interés persiguen las clases dominantes sobre él?» Así pues, en torno a estas preguntas, los autores dirigen la crítica a la formulación de Habermas que entiende a la esfera pública como una «categoría que define una época» de la esfera burguesa. Ahora bien, la definición que propone Habermas deriva de la red distributiva de la esfera pública. Esto quiere decir que sólo se enfoca en el funcionamiento de la esfera pública dentro de la sociedad burguesa y desplaza la estructura social de producción y, sobre todo, la historia del desarrollo de las instituciones.

Es importante mencionar que Negt y Kluge entienden como la esfera pública como el horizonte que genera experiencia social. Para responder a la primera cuestión que plantearon al inicio, a saber, en qué medida el proletariado puede usar a la esfera pública, Negt y Kluge recurren al concepto de valor de uso formulado por Marx. De esta forma, sostienen que: “La esfera pública posee valor de uso cuando la experiencia social se organiza en ella. En las prácticas de un modo burgués de vida y de producción, la experiencia y la organización no tienen una relación específica con la totalidad de la sociedad. Estos conceptos se utilizan principalmente de una manera técnica” (2007: 4). Con ello, Negy y Kluge defienden que hay una contradicción entre la creciente socialización del ser humano y las formas de su vida privada, por consiguiente, la esfera pública es una necesidad fundamental, pero debe responder a las necesidades de la propia sociedad. Pues, la esfera pública es la única organización que puede asociar a los miembros de la sociedad entre sí al integrar todas sus cualidades sociales en desarrollo.

Puede decirse que, la crítica que dirigen Negt y Kluge al planteamiento de Habermas respecto a la esfera pública se desarrolla en dos partes: en la primera parte, ellos defienden que la esfera pública no solo necesita definiciones racionales y argumentaciones, sino que, como mencionamos antes, debe considerar las necesidades que tienen las masas para orientarse según un horizonte público de experiencia y no puede intervenir en la esfera pública como un mero sistema de normas.

En segundo lugar, la visión idealizadora y crítica de la esfera pública no conduce a una dialéctica sino a una relación ambivalente pues, por un lado, la clase dominante parece admitir a los trabajadores dentro de la esfera pública, pero, por otra parte, al deja fuera en el momento de la toma de decisiones. De esta manera, Negt y Kluge proponen investigar la historia de la esfera pública a la par de la historia de su decadencia. Más aún, Negt y Kluge defienden que la esfera pública debe vincularse con el horizonte de experiencia social. Una de las conclusiones que es posible extraer de este análisis que desarrollan Negt y Kluge es que la esfera pública está relacionada con los modos de producción económica y cultural. Ahora bien, ellos analizan la teoría clásica de la producción en la sociedad burguesa; una de las piezas centrales de este modelo es la división del trabajo como trabajo abstracto y concreto que está a la base de la producción de mercancías y que permite el despliegue del dominio de la clase dominante. Así pues, el trabajador concreto construye su propio horizonte de experiencias [*Lebenszusammenhang*], para Negt y Kluge, este horizonte de experiencia del trabajador no sólo abarca las experiencias que tiene dentro de su jornada laboral, sino en su esfera psíquica, social, familiar, con ello, los autores defienden que todos estos elementos están presentes en el proceso de producción. Más aún, este proceso de producción está invadido por el fetichismo y el procedimiento que mistifica el proceso de producción en cuanto aísla al individuo, al trabajador, de lo que produce y del proceso global de producción.

Además, Negt y Kluge examinan el concepto de teoría clásica burguesa desde el planteamiento de Kant. Así pues, para Kant, el concepto de publicidad funciona como un ordenamiento jurídico, método de la Ilustración y como mediación entre ética y política. De acuerdo con la posición de Kant, ve a la razón como autoridad, pues el uso público de la razón, en principio, sólo es adecuado para autoridades como los juristas, médicos y, principalmente, filósofos a quienes le exige exponer públicamente la verdad. Negt y Kluge rastrean este principio que defiende a la razón como autoridad y argumentan que ya se encontraba en el silogismo de Descartes, “pienso luego existo” es una forma condensada del reconocimiento del individuo sobre sí mismo en contexto con los otros y pone como eje central su razón: “Yo soy porque

puedo ignorar el hecho de que soy un individuo aislado”. (*Ibid.*, 12). Para Kant, el uso público de la razón significa la exposición pública de juicios racionales no ante cualquier público, sino ante los líderes. Por ello, la teoría clásica de la sociedad burguesa tiene como uno de sus pilares que se compone de los propietarios.

La crítica que articulan Negt y Kluge a la formulación del uso de la razón pública propuesto por Kant puede verse de la siguiente manera: en primer lugar, Negt y Kluge sostiene que el análisis de Kant deja fuera el funcionamiento concreto de las relaciones mercantiles que tienen como objetivo: la protección de sus bienes, el fortalecimiento de sus negociaciones, involucrarse en obras públicas y asegurar posiciones ventajosas por medio de la diplomacia. En segundo lugar, tanto el planteamiento kantiano como el planteamiento de Habermas no consideran la experiencia social que significa tener un conocimiento dominante, esto es, especializado cuyo fin es explotar de forma adecuada dicha esfera pública. No obstante, la crítica hacia el planteamiento de Habermas se acentúa en que no considera la multiplicidad de fenómenos diversos. Por esta razón, Negt y Kluge sostienen que las nuevas esferas públicas, en plural, son una expresión de la esfera de la producción. En resumen, la crítica que desarrollan Negt y Kluge a los planteamientos de Kant y Habermas es que articulan la esfera pública en términos de exclusión, reducción y no incorporan la esfera del trabajo y de la experiencia social. De esta forma, el paso de la esfera pública clásica a la esfera pública de producción es el horizonte de experiencia social que contiene los mecanismos industrializados, el proceso de producción, los trabajadores formando una *Kapitalzusammenhang* que engloba los intereses de producción, intereses de la vida, necesidad de legitimación. En otras palabras, Negt y Kluge proponen entender a la esfera pública como una expresión de un aparato productivo y de intereses vitales.

En el segundo capítulo, *Sobre la dialéctica entre la esfera pública burguesa y la esfera pública proletaria* Negt y Kluge articulan la dialéctica entre ambas esferas públicas. De esta manera, hay una distinción entre la esfera pública burguesa y la nueva esfera pública de producción: hay un rechazo de la vida tal como es. Por consiguiente, la experiencia de la vida cotidiana se enfrenta a una imagen confusa, donde el contexto de la vida se convierte en una parte de la producción, pues queda excluida porque aún no se reconoce como autónoma. De acuerdo con el análisis de Negt y Kluge, el contexto de la vida proletaria se divide en dos: por un lado,

participa en los medios de industrialización y, por otro lado, es descalificado en relación con el marco establecido del sistema de producción. Más aún, las relaciones de poder sirven para bloquear el espacio público. El argumento que construyen es el siguiente: cuanto más intervienen las relaciones de poder hay un mayor impedimento de la simetría real, esto es, del funcionamiento concreto de los modos de producción y, por consiguiente, hay un bloqueo de una política material. Así, la esfera pública burguesa construye una imagen de lo que no es, siguiendo su carácter fetichista y sin regulaciones políticas.

2.2. Crítica al planteamiento habermasiano desde el enfoque feminista: Seyla Benhabid.

Nancy Fraser

El feminismo muestra la cosificación de la mujer en la sociedad. De esta manera, como veremos más adelante, diversas autoras han expuesto la crítica a los sistemas sociales en los que están presente las formas de cosificación, las cuales rechazan explícitamente. La cuestión entonces se trata de articular una crítica que dé cuenta de las estructuras sociales que sostienen esta desigualdad de condiciones para las mujeres, por consiguiente, lo que busca el feminismo es enfrentar el problema que sostiene en pie a dichas estructuras sociales y proponer criterios normativos para conseguir una condición más justa. Sin embargo, este no fue el objetivo central del feminismo que se contrapuso a los planteamientos de la Teoría Crítica.

Ahora bien, para analizar mejor esto, primero, vamos a proponer una breve reconstrucción de las cuestiones que la Teoría Crítica pone en cuestión. Como lo señaló Max Horkheimer en *Crítica de la razón instrumental*, la racionalidad está presente en la industria cultural y ejerce una crítica a esa razón instrumental que se involucra en los avances técnico y tecnológicos y que asocia medios y fines: “Ella [la razón] tiene que habérselas esencialmente con medios y fines, con la adecuación de modos de procedimiento a fines que son más o menos aceptados y que presuntamente se sobreentiende. Poca importancia tiene para ella la cuestión de si los objetivos como tales son razonables o no.” (2002: 12). Con esto, Horkheimer muestra que la razón instrumental no se cuestiona su forma de proceder para alcanzar sus fines. De esta manera, podríamos decir entonces que, la razón instrumental es una razón cosificadora; respecto a la desigualdad de género, desde el feminismo, la razón instrumental aparece como una razón patriarcal que obedece condiciones que, en su mayoría, favorecen a los hombres y, por consiguiente, marca una diferencia sustancial entre ambos géneros.

Para analizar la crítica que realiza el feminismo al planteamiento habermasiano, es importante mostrar las influencias teóricas de Habermas. Así, como mencionamos antes, citando a Horkheimer, la Teoría Crítica da cuenta de los modos de cosificación que desarrolla

la razón instrumental con el propósito de alcanzar sus fines; tales como la dominación.

Entendida desde el feminismo, la cosificación a la que se refería la Teoría Crítica integra la cuestión de género. De esta manera, Nancy Fraser en *¿Qué hay de crítico en la teoría crítica? El caso Habermas y el de género* [*What's Critical about Critical Theory The Case of Habermas and Gender*;1985] la autora ejerce una crítica puntual al planteamiento habermasiano porque, al parecer, excluye al feminismo en su análisis sobre el capitalismo tardío. Más precisamente, Fraser reconoce que si bien el diagnóstico de Habermas sobre los sistemas de dominación, no obstante, ella se propone dar cuenta de un análisis de la integración social desde la cuestión del género. Cabría preguntar entonces, ¿de qué manera procede Nancy Fraser en su formulación a la crítica a Habermas? Pues bien, en primer lugar, es importante decir que Fraser asume dos partes cruciales del planteamiento habermasiano: por un lado, toma de éste el “método” discursivo y la defensa del modelo de democracia deliberativa. No obstante, Fraser cuestiona la manera en que Habermas aborda: la reproducción material y la reproducción simbólica de las sociedades.

De esta manera, Fraser sostiene lo siguiente: en el diagnóstico de Habermas sobre la reproducción material de la sociedad, él hace una separación entre dos conceptos de trabajo, a saber, considera que el trabajo de casa y cuidado es privado mientras que el trabajo público es aquel sí está reconocido por la sociedad. Podríamos decir que este trabajo público “es válido” en la medida en que obtiene ese reconocimiento de las esferas sociales: “The first of these is the distinction between symbolic reproduction and the material reproduction and the material reproduction of societies [...]. Habermas claims that material reproduction comprises what he calls ‘social labor’ symbolic reproduction on the other hand, comprises the socialization of the young, the cementing of group solidarity, and the transmission and extension of cultural traditions.” (1985: 115).

Añade:

“On the other hand the childrearing activities and practices that in our society are performed without pay by women in the domestic sphere - let us call them “women’s unpaid child rearing work”- count as symbolic reproduction activities since, in Habermas view they serve socialization and the function of symbolic reproduction.” (*Ibid.* 115)

Por esta razón, la crítica que formula Fraser se encamina por el lado de “trabajo públicamente válido” que desplaza al “trabajo públicamente inválido”. Así pues, el trabajo doméstico que realizan las mujeres en los hogares y el cuidado de la familia. Podríamos añadir entonces que, desde el análisis que hace Fraser, “el trabajo públicamente válido” es el de los hombres. Para Fraser esta separación del trabajo es resultado de la separación del ámbito de la

familia y el ámbito económico. ¿Qué implica esta separación? Afirma Fraser que, además del desplazamiento, una consecuencia de esto es la “despolitización” del trabajo material.

No obstante, podríamos decir que la crítica de Fraser no se limita a mostrar que el diagnóstico de Habermas sobre la reproducción material y la reproducción simbólica de la sociedad no incluye el trabajo de las mujeres, precisamente, porque hace una separación entre la esfera de la familia de la esfera económica, sino que ella considera que esa separación es ideológica. Fraser matiza su argumento, añadiendo el caso sobre la crianza de los niños que, en un primer momento, se podrían considerar como parte de la reproducción simbólica de la sociedad. Por lo cual, ella sostiene que:

“Now I want to argue that the natural kinds interpretation is conceptually inadequate and potentially ideological. I claim that is not the case that childrearing practices serve symbolic as opposed to material reproduction.” (*Ibid.*, 116)

Más adelante, agrega que: “Thus any distinction between women's unpaid childrearing work and other forms of work that is drawn in terms of reproduction functions cannot be a distinction of natural kinds.” (*Ibid.* 117). Por consiguiente, Fraser subraya que este tipo de trabajo no remunerado que, en su mayoría lo realizan las mujeres, debe ser comprendido bajo un sistema que reconozca su funcionalidad.

Sin embargo, por último, podemos decir que la crítica más sólida que realiza Fraser al planteamiento de Habermas es la siguiente: “The second component of Habermas’s categorial framework that I want to anime is his distinction between “socially integrated action contexts” and “system integrated action contexts”. Socially integrated action contexts are there in which different agents coordinate their actions with one another by reference to some form of explicit or implicit intersubjective consensus about norms, values, and ends, consensus predicated on linguistic speech and interpretation” (*Ibid.*, 117).

Por consiguiente, la propuesta de Fraser se centra en construir un modelo donde el cuidado y la crianza de los niños debe compartirse entre hombres y mujeres; además, ella propone no separar la esfera de la familia de la economía y, de este modo, conseguir el reconocimiento al trabajo doméstico de las mujeres. Por otra parte, la crítica que hace Seyla Benhabib a la teoría crítica de Habermas está enfocada en mostrar que, en el manejo entre el mundo de la vida [*Lebenswelt*] y el sistema y las esferas privada y pública no hay una conceptualización que desplace a la razón instrumental del centro de las relaciones que estructuran a las sociedades. Así, por ejemplo, como mencionamos antes, en el caso que señala Fraser sobre el trabajo no remunerado en la esfera doméstica a las mujeres es, claramente, una condición impuesta por el sistema donde sólo se reconoce el trabajo de los hombres, por consiguiente, podemos decir que sigue operando la razón instrumental. En otras palabras, a

partir de este argumento que ofrece Seyla Benhabib, se puede decir lo siguiente: mientras exista esta separación entre la esfera privada y la esfera pública, el reconocimiento social será de aquellos que operan en la esfera pública, mientras que aquellos (y, podemos decir con certeza *aquellas*) que están en la esfera privado, no obtendrán el reconocimiento correspondiente.

Cabe preguntarse entonces, ¿cómo podemos entender esta separación de la esfera pública y la esfera privada en el ámbito del derecho? En el libro *Los derechos de los otros* [*The Rights of Others, Aliens, Residents and Citizens*; 2004] Benhabib construye una crítica en torno a la teoría discursiva desarrollada por Habermas. De esta manera, ella le denomina *metanormas* a las reglas prescriptivas de la teoría del discurso que sostienen que las normas sociales e institucionales sólo pueden ser acordadas mediante el consenso por medio de discursos. Benhabib sostiene que: “Llamo a este principio una metanorma en el sentido de que normas específicas puedan considerarse válidas deben ser probadas a través de procedimientos que respondan a este criterio.” Agrega que: “En mi interpretación, esta metanorma presupone los principios de *respeto moral universal* y reciprocidad igualitaria. El *respeto universal* significa que reconocemos los derechos de todos los seres capaces de habla y acción como participantes en la conversación moral; el principio de reciprocidad igualitaria interpretado desde los límites de la ética discursiva estipula que, en los discursos, cada uno debería tener los mismos derechos a varios actos de habla, a iniciar nuevos temas y reclamar la justificación de los presupuestos en las conversaciones.” (2004 :21).

De esta manera, sostiene Benhabib que, en primer lugar, la ética discursiva parece excluir de la entidad y la representación morales a las personas que no tienen capacidad de habla y acción. Incluso, Seyla Benhabib introduce la cuestión de los animales que son seres sensibles y por tanto sufren, por su reflexión en torno a los límites de la teoría discursiva: “¿La ética discursiva puede hacer justicia a las demandas morales y a su condición moral?” (*Ibid.*, 21). Para Benhabib, en este caso, los seres sensibles, pero sin capacidad de habla y, por tanto, discurso, deberían ser incluidos en éste a través de sistemas de representación moral.

El argumento de Benhabib, puede verse del siguiente modo: precisamente, el universalismo que defiende la teoría discursiva no debe limitarse a incluir en el discurso sólo a quienes están en las fronteras del territorio nacional, sino que debe extenderse potencialmente hacia toda la *humanidad*. Por consiguiente, Benhabib sostiene que si, en alguna circunstancia, nosotros somos interlocutores debemos justificar nuestro discurso y nuestras acciones ante las personas con quienes conversamos y los seres que no tienen la facultad del habla y de la acción. De este modo, para Benhabib, se asegura el respeto del valor moral hacia el otro. Ella agrega que:

Las estipulaciones de la ética discursiva, por tanto, no pueden extenderse al dominio de

la membresía política sin la ayuda de una mayor elaboración normativa. No es necesario hacerlo. Un abordaje discursivo debe poner *limitaciones significativas* a lo que puede contar como prácticas *moralmente permisibles* de inclusión y exclusión dentro de entes políticos soberanos. (Ibid., 21)

Por consiguiente, sostiene Benhabib, que los principios universales de la ética discursiva deben considerarse desde la siguiente condición: justificar las limitaciones significativas, que se transforman en prácticas moralmente permisibles de inclusión y exclusión. Respecto a los límites y fronteras estatales, ella afirma que, dichas limitaciones significativas, desde una perspectiva universalista y cosmopolita, también deben justificarse. Además, es importante mencionar que, como personas con capacidad de lenguaje, tenemos la obligación de justificar nuestros discursos morales. Con esto, podemos concluir que realiza Seyla Benhabib al planteamiento habermasiano de la separación entre el sistema y el mundo de la vida desde el enfoque del derecho; así también, hemos mostrado antes la crítica que ejerce Nancy Fraser a los conceptos de reproducción material y reproducción simbólica de la sociedad desarrollados por Habermas.

2.3. Respuesta de Habermas a la crítica feminista

A continuación, haremos una reconstrucción de los argumentos que ofrece Habermas en el Prefacio de 1990 del libro *Historia y crítica de la opinión pública*. La transformación estructural de la vida pública [*Strukturwandel der Öffentlichkeit. (Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft)*; 1990].

De esta manera en la nota número tres dice Habermas al respecto de la crítica feminista que se ejerció a su obra: “No hay ninguna duda sobre el carácter patriarcal de la pequeña familia, la cual constituyó tanto el núcleo de la esfera privada de la sociedad burguesa cuanto el lugar de origen de nuevas experiencias psicológicas de una subjetividad dirigida hacia sí misma [...]. La cuestión es entonces si las mujeres fueron excluidas de la publicidad burguesa de la misma manera que lo fueron los trabajadores, los campesinos y el «populacho», es decir, los hombres no autosuficientes.” (1994: 8). Habermas reconoce que tanto las mujeres como otros grupos minoritarios les fueron negados sus derechos y su participación en la formación política: “Bajo las condiciones de una sociedad de clases, la democracia burguesa desembocó desde el principio en una contradicción con las premisas esenciales de su auto entendimiento.” (Ibid. 9)

Para justificar este argumento sobre las contradicciones internas de la sociedad burguesa, Habermas sostiene que la literatura feminista recién ha mostrado la importancia de que las mujeres tenga una igual de derechos y de participación política; por consiguiente, él considera que en la primera edición de *Historia y crítica de la opinión pública* sus basamentos son la crítica marxista de la dominación y de la ideología, y la Teoría Crítica. Él cita el trabajo

de Carol Pateman, *The Fraternal Social Contract* (1983) quien hace una distinción importante sobre el patriarcado que, a su vez, está basado en una doble relación paternalista: padre- hijo y marido-mujer, por lo cual, sostiene Pateman que no es posible que haya una igualdad de derechos desde esta estructura, sino que la igualdad de derechos y participación política será para las mujeres: en cuanto que mujeres. Con ello. Habermas afirma que la crítica de Pateman no invalida los derechos de igualdad, así como la inclusión de las mujeres, pues están integrados en el autoentendimiento la publicidad liberal (Habermas, 1994 :9). Como menciona Habermas, estos discursos como mecanismos de exclusión, siguiendo el diagnóstico que hace Foucault están constituidos a partir de aquello que excluyen y añade que:

“En estos casos no hay ninguna comunicación entre el adentro y el afuera. Los participantes en el discurso no comparten ningún lenguaje común con los otros que protestan. De este modo, la relación entre la publicidad representativa de la dominación tradicional y la contracultura rechazada del pueblo se puede concebir como si el pueblo tuviera que expresarse y moverse en otro universo. Por tanto, la cultura y la contracultura estaban allí, tan entrelazadas que la una se hundía con la otra” (*Ibid.* 9)

Él concluye que la publicidad burguesa se compone de discursos a los que más tarde se agregaron los grupos minoritarios que habían sido excluidos, como es el caso de los trabajadores y el movimiento feminista con el objetivo de transformar su estructura de la publicidad.

3. Información y comunicación

Ahora bien, como hemos mencionado al final del capítulo anterior, una de las grandes preocupaciones vigentes y que nos interesa problematizar en el presente trabajo de investigación es de qué manera ha cambiado la opinión pública y el espacio público en el contexto del avance de las Tecnologías de la Información y de la comunicación. Seguiremos la definición que ofrece Manuel Castells sobre la sociedad red para articular la serie de cambios producidos en el ámbito de la política:

Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de información y de la comunicación basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, la reproducción, el

consumo, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura (2017: 27).

Es importante mencionar la descripción que hace Castells respecto a la estructura de la red. Este concepto lo toma Castells de la informática; de este modo, él considera que una red es un conjunto de nodos interconectados, puesto que los nodos no poseen un centro, reciben más información y la procesan de forma más rápida. Por consiguiente, la relevancia de los nodos, en el funcionamiento de la red, consiste en su capacidad para alcanzar sus objetivos. De esta manera, puede decirse que la red engloba el conjunto de los nodos que le proporcionan un mejor funcionamiento. Uno de los factores importantes que menciona Castells es que las redes, para alcanzar sus objetivos, es la competencia. Por un lado, puede funcionar como un estímulo que impulsa a la red para facilitar la capacidad de cooperación, pero, por otro lado, también es posible que esa misma capacidad se convierta en un aspecto negativo, es decir, que pueda interferir con el flujo de la comunicación. De acuerdo con el análisis que hace Castells, las redes trabajan mediante una lógica binaria: inclusión-exclusión. Esto quiere decir que sólo hay dos modos en que pueden operar las redes. Lo más importante del examen que hace Castells respecto a la estructura de las redes es que estas son auto-reconfigurables, lo que significa que, a pesar de que se trata de estructuras complejas, debido a su capacidad para alcanzar los objetivos, pueden adaptarse al entorno.

Una tesis interesante que considera Castells es que las redes no son una forma específica de comprender la sociedad actual: “sino que constituyen la estructura fundamental de la vida, de toda clase de vida” (2017: 28). Con esto, el argumento que ofrece Castells tiene como base una base de los estudios empíricos de la arqueología y la historia; más aún, la idea central de la estructura social como un conjunto de redes es el sustento, según Castells, de la globalización: “En realidad, si transferimos la noción de globalización a la geografía del mundo antiguo determinada por las tecnologías del transporte disponibles, podemos decir que dependían — para su sustentos, recurso y poder— de la conexión de sus principales actividades con redes que trascendían los límites de su localidad.” (*Ibid.*, 29).

Como lo menciona el propio Castells, esta comprensión de la estructura social basada en redes contradice la forma predominante de concebir a la sociedad como una organización “las burocracias jerárquicas basadas en la integración vertical de los recursos y de los sujetos como expresión del poder organizado de una elite social, legitimado por la mitología y la religión” (*Ibid.*, 29). Añade: “Hasta cierto punto ésta es una visión distorsionada, ya que los

análisis sociales e históricos se han basado, a mayor parte de las veces, en el etnocentrismo y la apología, más que en la investigación académica de la complejidad de un mundo multicultural.” (Ibid., 29). De esta manera, Castells propone una forma distinta de articular y comprender la organización de la sociedad no como una distribución vertical y flujos de información unidireccionales que se repartían en las instituciones.

Por consiguiente, siguiendo la propuesta que hace Castells sobre una forma diferente de articular la organización y la estructura social basada en el potencial de las redes, podemos decir que esta manera de comprender y examinar a la sociedad produce un cambio importante, además, en la forma de concebir a las tecnologías predominantes en la actualidad. Castells agrega lo siguiente, citando el trabajo de Morky (1990): “Según mi hipótesis, la superioridad histórica de las organizaciones verticales jerárquicas sobre las redes se debe a que las organizaciones sociales en red tenían límites materiales que vencer, fundamentalmente en relación con la tecnología disponible. La fuerza de las redes radica en su flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de auto-reconfiguración.” (Ibid., 29).

Es relevante destacar la mención que hace Castells respecto a la tecnología que no estaba basada en la microelectrónica; por ejemplo, las redes transoceánicas de comercio y conquista, como los emisarios a caballo que eran portadores de información, pero lo hacían de una forma menos veloz y dirigida en un solo sentido. Por ello, Castells defiende en esta parte lo siguiente: “Bajo estas condiciones, las redes eran una extensión del poder concentrado en lo alto de las organizaciones verticales que configuraron la historia de la humanidad: Estados, aparatos religiosos, señores de la guerra, ejércitos, burocracias y sus subordinados a cargo de la producción, el comercio y la cultura.” (Ibid. 30). De ello, podemos extraer algunas conclusiones importantes. En primer lugar, el análisis de Castells nos permite ver que la capacidad de las redes ha funcionado no sólo para conseguir sus propósitos específicos, él menciona el caso del comercio y a la conquista, sino que constituyen la estructura social, así como su organización:

La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico y, más concretamente, con la evolución de las tecnologías de la información y de la comunicación. Esto fue así cuando surgió la posibilidad de utilizar la red de energía distribuida que caracterizó el nacimiento de la Revolución Industrial: los ferrocarriles, los transatlánticos y el telégrafo fueron la primera

infraestructura de una red cuasi global con capacidad para auto-reconfigurarse. (*Ibid.*, 30)

Ahora bien, con lo anterior, Castells sostiene que, en la integración de las tecnologías de la comunicación y el comercio, generadas en la Revolución Industrial, se introdujo una nueva forma de intercambio de información que hizo posible una manera organizativa más eficiente, pero también dio lugar a políticas jerárquicas que se transformaron en sistemas totalitarios. La explicación que ofrece Castells respecto a esta evolución negativa de las primeras tecnologías de la comunicación consiste en mostrar que la autonomía de estas tecnologías no se aplicaba en los nodos de las redes, pero tampoco es condición suficiente para que pueda transformarse con mejoría la estructura social. No obstante, Castells propone tres aspectos importantes por los que las redes se convirtieron en la forma organizativa más funcional:

- 1) Flexibilidad: se refiere a la capacidad que tienen las redes de auto-reconfigurarse.
- 2) Adaptabilidad: es la capacidad que poseen las redes para expandirse.
- 3) Supervivencia: este aspecto se refiere a que la cualidad de las redes de no tener un centro les permite configurarse de diversas maneras.

Es importante mencionar que, con base a estos tres aspectos que Castells considera fundamentales, se puede articular la manera que él propone sobre la comprensión y análisis de la estructura de la sociedad. Sin embargo, es preciso mostrar en cómo podemos entender el diagnóstico de Castells sobre la evolución de las tecnologías de la información y de la comunicación, así como lo que su avance implicó.

Pues bien, Castells considera que el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación ha sido importante para mantenerse funcional, la razón de esto es que, como él lo señala, la historia de la tecnología es la expansión de la mente y el cuerpo humanos. Este proceso tiene, sin embargo, diferentes fases que se han examinado desde su aparición. A la primera etapa de estas tecnologías, Castells le denomina la era de la información «era de la información» (*Ibid.*, 31). No obstante, la información por sí misma no representó un cambio considerable en la forma en cómo se organiza la sociedad. Es necesario adjudicarle a la información una serie de propósitos para que ésta se relaciona con tres aspectos importantes]. La riqueza, el poder y el significado (*Ibid.*, 31). Esto le conduce a Castells a analizar el nuevo paradigma de la sociedad red: el informacionalismo.

3.1. El informacionalismo: paradigma tecnológico de la sociedad red

Es importante destacar que, para Castells, el paradigma, concebido a partir de la propuesta de Thomas Kuhn (1962) sobre las revoluciones de las teorías científicas como el cambio que contiene nuevos descubrimientos que incorporan en la ciencia una forma distinta de estudiar a los fenómenos naturales; en el caso del paradigma tecnológico que Castells llama informacionalismo, éste se entiende como el cambio que hace posible organizar un conjunto de descubrimientos tecnológicos que buscan mejorar las condiciones sobre el funcionamiento del sistema de relaciones que comprenden a las redes.

“El informacionalismo es el paradigma tecnológico que constituye la base material de las sociedades de comienzos del siglo XX de nuestra era” (*Ibid.*, 33). Podríamos ver a este paradigma tecnológico como una ruptura que incrementó a partir del uso de la energía eléctrica y, posteriormente, otro tipo de energías. Pero, Castells enfatiza en que lo novedoso del paradigma tecnológico es que las tecnologías de la información y la comunicación están basadas en la microelectrónica.

Las llamadas TIC han cambiado no sólo los procesos propios del desarrollo tecnológico, sino que han cambiado la forma en cómo se organizan las sociedades y, a la inversa, la organización de las sociedades ha cambiado la manera en que se reproduce la tecnología. Pues, de acuerdo con el diagnóstico de Castells, la tecnología entendida como cultura material es, además, una dimensión esencial de la estructura de la sociedad.

Ahora bien, de acuerdo con la caracterización que ofrece Castells, el sistema de información y comunicación se diferencia de los medios de comunicación precedente (aquellos que no usaban la tecnología microelectrónica) por los siguientes aspectos:

- Su capacidad auto-expansiva y de comunicación: velocidad, volumen y complejidad.
- Capacidad de recombinación basada en la comunicación y digitalización reiterativo.
- Flexibilidad de distribución por medio de redes interactivas y digitalizadas.

Estos aspectos son fundamentales en el desarrollo y funcionamiento de las tecnologías de la información y de la comunicación. Específicamente, como lo menciona Castells, una de las aportaciones más importantes de internet es su capacidad para asociar lo digital desde cualquier parte y recombinarlo. “Esto resulta crucial, pues la recombinación es la fuente de innovación y ésta se encuentra en la raíz de la productividad económica, la creatividad cultural y la

configuración del poder político.” (*Ibid.*, 36). Precisamente, la recombinación es un aspecto clave para comprender la dinámica de la opinión pública, como veremos en los capítulos siguientes.

Es importante el análisis que hace Castells respecto la nueva dimensión en la que entra el conocimiento a partir de las múltiples capacidades del sistema de información digital, pues él afirma que su procedimiento permite una expansión de las redes entre distintos ámbitos de conocimiento y, por tanto, una ampliación de sus efectos en la sociedad red: “Mientras la generación de nuevo conocimiento había requerido siempre la aplicación de la teoría a formas recombinadas de información, la posibilidad de experimentar en tiempo real con los resultados de la recombinación, procedente de una multitud de fuentes, amplía considerablemente el terreno de la generación de conocimiento y sus aplicaciones, precisamente la fuente de innovación de la teoría de revoluciones científicas de Thomas Kuhn.” (*Ibid.*, 37).

En este sentido, podemos entender que la *revolución* que se deriva de las tecnologías de la información y de la comunicación se refiere a al procesamiento eficiente sobre distintos ámbitos y aplicaciones: actividad política, educación, redes comerciales, unidades militares cómo los lenguajes de programación incrementaron la capacidad de los puntos de comunicación.

De esta manera, como lo apunta Castells, el origen de la sociedad red puede entenderse como un entrelazamiento revolucionario que se derivó del informacionalismo como el nuevo paradigma. Por consiguiente, la sociedad red es una nueva estructura social. Además, el surgimiento de la sociedad red, conlleva otros procesos: la reestructuración del industrialismo, los modos de producción asociados a él, capitalismo y estatismo (*Ibid.*, 41). Con ello, Castells vincula los movimientos sociales de liberación en los sesenta con la revolución tecnológica de la información y la comunicación. Más aún, el conocimiento resultado del industrialismo alcanzó su límite debido al potencial del incremento de procesamiento de información derivado de las tecnologías de la información basado en la microelectrónica. El capitalismo, fundado en el modelo keynesiano, también respondió ante esta crisis: dicho modelo económico, basado, principalmente en una política interior que controlaba los beneficios y financiamiento unidireccionalmente en los gobiernos, donde los contratos sociales garantizaron el supuesto bienestar social y el consumismo masivo de los productos elaborados en masa. Ahora bien, es sabido que este modelo produjo un enorme gasto público y un endeudamiento privado. Esto, a su vez, trajo una grave inflación. Como destaca Rivera Urrutia, la inflación en América Latina, producida por la implementación del modelo keynesiano, fue un serio problema en los años de posguerra, también en otros países subdesarrollados. Este fenómeno es comprensible si tomamos en consideración que en países donde los gastos exceden a los ahorros, por lo que el

incremento del crédito resulta excesivo, de ahí se deriva la inflación de precios.

Ahora bien, cabe preguntarse entonces, ¿cómo se relaciona la crisis del industrialismo y la crisis económica con la novedosa aparición de las tecnologías de la información y de la comunicación? Al respecto, es importante mencionar la conclusión que Castells extrae de este análisis: la globalización no hubiera sido posible sin la revolución tecnológica de la información y de la comunicación, pues distintos ámbitos que componen a la “empresa red” depende de las redes informáticas, las telecomunicaciones y los medios de transporte que funcionan por esta tecnología, de este modo, se vuelve más eficiente y productiva. Un aspecto que consideramos relevante en el diagnóstico que desarrolla Castell en este punto es la importancia que él ve en la *cultura de la libertad* (*Ibid.*, 49). Así pues, la cultura de la libertad ha sido fundamental en la construcción de la infraestructura globalizada de las empresas: “Sólo entonces pudo la economía basada en el conocimiento funcionar con todo su potencial porque la información, las mentes, los cuerpos y el material de producción podían relacionarse global y localmente, en tiempo real, en una continua red interactiva.” (*Ibid.*, 49). Por consiguiente, este paso es crucial en la constitución de lo que Castell denomina *capitalismo informacional*.

3.2. Capitalismo en la era digital

Asociado a este capitalismo informacional está la noción de economía del conocimiento que se desprende un optimismo basado en la esperanza del cambio de la era post-industrial a la de una sociedad donde se creía que el uso ilimitado de las tecnologías de la información y de la comunicación harían posible trazar el camino hacia el progreso (*Girolimo*, 2020: 102). En este sentido, podemos decir que el diagnóstico de Castells es optimista, pues considera que el potencial de las redes informativas podría conducir a un desarrollo óptimo de la sociedad red. No obstante, es relevante mostrar lo siguiente:

- i) El carácter innovador de la revolución tecnológica trajo un cambio en la dinámica, la producción y la estructura social
- ii) Esta revolución de la TIC no solamente contribuyó a constituir el cambio de paradigma (del post- industrialismo al capitalismo informacional, como lo ve Castells) sino que, además, aportó lo necesario para la reestructuración del propio capitalismo: permitió una reorganización basada en la tecnología microelectrónica.
- iii) Giromilo señala (2020: 111) que el concepto de *sociedad red* es problemático porque no da cuenta de las estructuras transformadas que usa el capitalismo basado en el potencial de las redes informáticas para el ejercicio de las relaciones de dominación, la falta de reconocimiento del Estado de bienestar y la sujeción de

los derechos laborales al ingresar en una dinámica informacional y, de esta manera, no es capaz de ver el problema central: en efecto, la sociedad está frente a un capitalismo que está transformándose a una velocidad ascendente.

Sin embargo, Castells considera que el concepto de sociedad red no aparece de forma desvinculada al entorno social, sino que la estructura social deposita un impacto en la construcción de la tecnología de redes informáticas, además: “[Castells] trabaja sobre el concepto de modo de desarrollo, diferente al modo de producción. Como señala al inicio de la tesis, mientras que el modo de producción se refiere a cómo (o quién) se apropia del excedente, el modo de desarrollo se relaciona con el nivel de este mismo, determinado por la productividad del proceso de producción.” (*Ibid.*, 112). En otras palabras, ambos modos, el de desarrollo y el de producción, permiten entender de qué manera se han transformado diversos ámbitos donde la presencia de la tecnología cambió el modo de producción capitalista.

De este modo, sostiene Castells: “La sociedad red funciona sobre la base de una lógica binaria inclusión-exclusión, cuyas fronteras varían en el tiempo, tanto con los cambios de los programas de la red como con las condiciones de funcionamiento de esos programas. Continúa: “También la capacidad de los actores sociales, en los diferentes contextos, actúa sobre estos programas modificándolos según sus intereses.” (2004: 50) Por esta razón, Castells afirma que la sociedad red global no es una estructura determinista sino flexible que se acopla a las fuerzas sociales tales como la cultura, la política y las estrategias económicas. Además, es importante aclarar que, como lo señala Castells, la «imperfección» de la globalización en la sociedad red se debe a la distribución desigual de las tecnologías de la información y de la comunicación en distintos territorios, sociedades rurales, urbanas y puntos geográficos donde el alcance de estas tecnologías es limitado, por ejemplo, en lugares donde no hay posibilidad de contratar el servicio de internet debido a que el costo de este servicio es excesivo para la economía de esa región en particular.

Siguiendo el análisis de Castells basado en la lógica binaria de inclusión / exclusión, él sostiene que la sociedad red debe comprenderse como un conjunto de distintas redes que a su vez poseen distintas geometrías y distintas geografías fundadas en esta lógica. “El mapa de la economía criminal global no es el mismo que el mapa de la localización internacional de la industria de alta tecnología, aunque ambos tengan puntos de conexión: los narcotraficantes dependen de los ordenadores y de internet [...]” (*Ibid.*, 51). Por esta razón, Castells defiende que la sociedad red debe examinarse como una arquitectura global de redes que pueden configurarse a sí mismas y como el producto de la interacción entre distintas geometrías y

geografías de actividades esenciales que configuran la vida y se efectúan en la sociedad.

3.3. El concepto de valor en la sociedad red

El concepto de valor es crucial para entender la dinámica del capitalismo. Sobre todo, a partir de la teoría del valor desarrollada por Marx (1867), él apunta que el valor puede entenderse como una relación cuantitativa en proporción al cambio de valor de uso de una clase con respecto al valor de uso de otra clase; dicha relación cambia de acuerdo con el tiempo y los sitios en donde se realiza este intercambio. De esta manera, el valor de uso y el valor de cambio son conceptos indisociables porque constituyen al concepto de mercancía. Es importante señalar que, al desprenderse la mercancía del valor de uso, ella se puede entender como el resultado del trabajo. Cabe aclarar, no obstante, que no se trata del trabajo concreto sino del abstracto: donde la cualidad de la mercancía es su valor.

Ahora bien, de esto es posible entonces explicar y entender lo siguiente: un valor de uso (un objeto que resulta útil para el empleo humano) conlleva un valor en cuanto materializa el trabajo humano (*Boundi Chraki*, 2018: 100). Además, un rasgo relevante de la mercancía es que se mide con relación al tiempo de trabajo que fue necesario para su producción. Por consiguiente, el valor de uso se puede entender a partir de esta relación. Castells formula la pregunta: ¿qué significa el valor en la sociedad red? Para responder a esta cuestión, él afirma que, si bien no ha cambiado el dominio del capitalismo, precisamente porque la acumulación de capital es “el valor supremo”, sin embargo, en una estructura social basada en redes globales, el valor toma una acepción distinta. Así, por ejemplo, la dominación que se ejerce por medio de redes es fundamental y está caracterizada por una dominación constante y maleable: entre procesos geopolítico, mercados financieros globales, y estrategias mediáticas.

Por consiguiente, la dinámica de creación de valores en términos de dominación es global. Así pues, Castells sostiene que, a diferencia del concepto de valor desarrollado por Marx, en la sociedad red, el valor no tiene una acepción determinada: “Valor es lo que se procesa cada red dominante, en cada momento, en cada lugar, según la jerarquía programada en la red por quienes actúan sobre la red. El capitalismo no ha desaparecido, pero no es — contra percepciones inspiradas ideológicamente— la única fuente de valor de la aldea global.” (*Ibid.*, 54).

Esta definición del valor implica cambiar la noción sobre la fuerza del trabajo. De esta manera, en la sociedad red el trabajo puede verse como una distinción entre la fuerza de trabajo genérica, que es el efecto del desplazamiento del trabajo humano por el «trabajo» realizado por las máquinas y que entra dinámicas de costo-beneficio. Conforme al diagnóstico de Castells, la fuerza de trabajo en la sociedad red actúa bajo una lógica binaria que está basada en la distinción

entre mano de obra de «auto-programable» y genérica: “La flexibilidad y adaptabilidad de ambos tipos a un entorno en cambio permanente es una precondition para su utilización como mano de obra.” (*Ibid.*, 54). Podemos entender esto, por ejemplo, a partir del cambio producido por la creación de páginas web de empresas que permitieron una conexión directa con los clientes, la explotación, descentralización de la industrialización, el sistema de franquicias. Al respecto, Naomi Klein en el libro *No logo* hace un estudio exhaustivo sobre la manera en que las empresas usan las tecnologías de la información y de la comunicación para construir estrategias de venta cuyo alcance sea mayor: “Por lo general, los informes sobre la red mundial de logos y de productos se presentan envueltos en la retórica triunfal de marketing de la aldea global, un sitio increíble donde los salvajes de las selvas más remotas manejan ordenadores, donde las abuelitas sicilianas hacen negocios por medio de electrónica y los «adolescentes globales» comparten una «cultura global» [...]” (2001: 14). El trabajo en la era global trajo un incremento de mano de obra explotada. Klein menciona, por ejemplo, el caso de las mujeres en Indonesia que laboran para marcas como Nike y los trabajadores jóvenes, entre ellos hombres y mujeres menores de veinte años, que construyen ordenadores para IBM: “Nosotros hacemos los ordenadores, me dijo, pero no sabemos cómo manejarlos.” (*Ibid.*, 15). Por consiguiente, como lo señala Naomi Klein, el mundo occidental se ha beneficiado de este tipo de explotación, característica de la empresa red: la mejor estrategia del modo en cómo operan las marcas es que lo hacen en regiones del mundo donde no existen dichas marcas: “Así se ha descubierto que el origen de las zapatillas Nike son los infames talleres de Vietnam; el de las ropitas de la muñeca Barbie, el trabajo de los niños de Sumatra; el de los cafés capuchinos de Starbucks los cafetales de Guatemala y el del petróleo de Shell en las miserables aldeas del delta de Níger.” (*Ibid.*, 16)

De esta forma, el propósito de Klein es mostrar su rechazo a las grandes cadenas de empresas que se sirven de distintos recursos (entre ellos, de las TIC) para expandir sus estrategias de explotación. Ella parte de la siguiente premisa: en la medida en que “los secretos” que están detrás de la red global de las marcas se puedan dar a conocer a un número elevado de personas el rechazo a estas marcas aumentaría. No obstante, en la actualidad, la red mundial de las marcas sigue elevándose y, a pesar del rechazo por parte de jóvenes universitarios, las empresas han ganado mayor dominio.

Cabría preguntarnos entonces, ¿qué es lo que distingue a la «economía red» de los modelos económicos precedentes? Precisamente, como Castells enfatiza: en el paradigma del informacionalismo el capitalismo sigue operando, pero lo hace respondiendo a una ética distinta: se sirve del resultado de la «conexión» de la red. De este modo, el centro del ámbito empresarial es la propia red que, como hemos mencionado antes, está constituida de sujetos y

organizaciones, por su cualidad flexible, está en constante adaptabilidad respecto al entorno.

Además, Castells defiende que la sociedad red crea una cultura, sí, pero una cultura de la información: donde lo importante es la novedad —como veremos en los siguientes apartados cuando hablemos de los medios de comunicación masiva e internet—, nada producido en ella es duradero. Podríamos decir entonces que, se trata de una cultura de lo virtual. Como vimos, esta cultura procesada, organizada por el sistema red no solamente abarca el ámbito empresarial, sino que su alcance se extiende a las fibras del trabajo.

3.4. Capitalismo informacional

Como mencionamos antes, el paradigma del informacionalismo da lugar a la creencia en la «solidez» de la esperanza del bienestar global, depositado en la innovación y avance tecnológico del sistema informativo (Girolimo, 2020: 15). No obstante, el capitalismo informacional hizo visible las brechas económicas y la desigualdad entre distintos países. De esta manera, Ulises Girolimo (2020) señala que, en países como Argentina, el desarrollo y la investigación en torno al *software* y los servicios informáticos (SSI), en principio, alimentaron la creencia de que ese desarrollo tecnológico iba a permitir un bienestar social.

Sin embargo, el paradigma tecnológico vinculado a las tecnologías de la información y de la comunicación dio lugar al ascenso de la internacionalización del capital, del conocimiento que se tiene sobre sus propios procesos y el mismo cambio tecnológico son la piedra angular del proceso de producción. Así pues, como es sabido, el *software* y los SSI conforman una de las actividades más enérgicas de carácter internacional. Es por esta razón, que Castells sitúa a este paradigma tecnológico como la fuente del cambio del capitalismo desde finales de los setenta. Para Girolimo (2020: 16), la dinámica de este capitalismo informacional ha mostrado una enorme brecha tecno-cognitiva, principalmente en América Latina. Un ejemplo de esto es el avance tecnológico en estos países donde hay un escaso financiamiento para el desarrollo de proyectos científicos. Así también, el desarrollo de las ciudades en países latinoamericanos es un claro ejemplo de este rezago tecno-cognitivo con respecto a otras ciudades en el mundo: “Las ciudades de la periferia capitalista, que no están exentas de esta realidad y en muchos casos experimentaron el despliegue de iniciativas y estrategias tendientes a favorecer el desarrollo de sectores estratégicos en el marco del nuevo paradigma han sido menos estudiadas” (*Ibid.*, 18).

Es importante señalar que, el diagnóstico de Castells es relevante porque se adelanta en apuntar que el capitalismo informacional puede entenderse como un modo de producción

basado en la información. Él considera que el CI (capitalismo informacional) “entra en operación” a inicios del año 1980, cuando el desarrollo de las TIC comenzó a desarrollarse y a mostrar su potencial de expansión, velocidad y alcance global; sobre todo, Castells lo sitúa como un proceso de reestructuración capitalista, es decir, como un proceso que reconfiguró “las fibras” del capitalismo basándose en las TIC. De esta manera, él reconoce que, si bien el paradigma de la sociedad de información cambió a las organizaciones sociales y políticas, además, dichas sociedades informacionales son principalmente capitalistas. De este modo, para comprender el proceso de transformación del capitalismo informacional, es importante mencionar algunos rasgos que, en general, «preparan el territorio basado en la información» para convertir la sociedad y al capitalismo en informacional:

- Los servicios públicos como el sector salud y la educación están en el primer lugar de los índices de empleo
- Las empresas usan herramientas tecnológicas para promocionar sus productos y emplear estrategias de marketing digital.
- Disminución del trabajo en el campo.
- El trabajo en el ámbito industrial descendió y se especializó.

Ahora bien, es importante destacar lo siguiente: el paso hacia el capitalismo informacional tiene lugar en cada país de forma distinta, pues, siguiendo el diagnóstico de Castells, el CI es resultado de la dinámica del modo de producción, fundado en la información, en la cultura y en las situaciones en las que cada sociedad se enfrenta. Así, por ejemplo, las dinámicas de la economía global que adoptan países como China o EUA no es la misma en la región porque cada una se adapta sus circunstancias, cultura, y a la capacidad de ascender al «terreno informacional». En otras palabras, no existe una sola manera de “entrar” al campo informacional, sino que esa integración depende de las situaciones propias de cada región, por consiguiente, son estas circunstancias propias aquello que caracteriza el paso de lo «industrial a lo informacional».

¿Qué podemos decir sobre la empresa red? Al respecto podemos asumir lo siguiente: el éxito de las TIC cambió la dinámica del capitalismo, como vimos antes, lo convirtió en un capitalismo informacional. A su vez, esto trajo la consecuencia de nuevas condiciones de trabajo, la maleabilidad de la gestión, la especialización y la aparición de la competencia a nivel global. Castells advierte que este modelo de trabajo en la sociedad red, ha traído un peligro creciente para los trabajadores: pues no sólo se volvieron más vulnerable, sino que, además, se convirtieron en individuos aislados; no tienen posibilidad de contratos estables, al contrario, para la red, su trabajo difícilmente puede manifestarse como algo concreto.

Un rasgo importante de la sociedad de la información es que, de manera precisa, como vimos anteriormente, la información es una pieza central en la organización, la dinámica y la reestructuración de la sociedad. Como lo señala Covi Druetta (2004) el proceso de digitalización transforma las propias maneras de producir, difundir y almacenar información; además, ha modificado otros ámbitos: la expansión del entretenimiento, la educación, la política que, pueden verse como sistemas de producción alterados por la evolución y desarrollo socio-tecnológico.

3.5. Capitalismo cognitivo

De acuerdo con el análisis de Covi Druetta (2004), una de las consecuencias de la integración de las tecnologías de la Información y de la Comunicación en las sociedades capitalistas es el vínculo con el neoliberalismo. No obstante, siguiendo el examen que hace Castells, ella sostiene que dicha asociación obedece a las particularidades de cada Estado, así como sus circunstancias particulares, sus condiciones del propio desarrollo socio-tecnológico, pero, cada una de ellas, comparte maneras de transformar su estructura en relación con la política.

Como hemos visto anteriormente, justamente, estas formas de las TIC que inciden en la política y en la estructura social han contribuido a convertir a la fuerza de trabajo y al trabajo mismo en dinámicas más flexibles, más demandantes y abstractas: han cambiado la dinámica y organización de los mercados. Esta nueva dinámica da paso a un cambio: a la apertura hacia una sociedad del conocimiento.

¿De qué manera podemos entender este concepto de la sociedad de conocimiento? Pues bien, partiremos de lo siguiente: hemos mencionado antes el creciente optimismo que consiste en buscar el bienestar social por medio del desarrollo de las TIC, pero, mientras que, en la sociedad de la información, su centro es la tecnología. En cambio, en la sociedad del conocimiento, la pieza central es el propio conocimiento. Significa que, en la era de las TIC, de los sistemas informáticos, se apuesta por la idea de que el conocimiento ha sustituido al trabajo, a las materias primas y al capital (*Girolimo, 2020: 107*). Podemos ver entonces un tránsito de la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento: mientras que algunos tienen acceso a la red, a los sistemas informáticos, esto es una “ventana engañosa” en la medida en que muestra la dificultad de distinguir entre información y conocimiento.

Así pues, podemos decir que la información comprende un conjunto de datos “inertes” almacenados en dispositivos electrónicos, mientras que, el conocimiento se desprende de la facultad cognoscitiva. Cabría preguntar entonces, ¿cuál es la importancia de esta distinción? Los actores sociales que poseen conocimiento, entendido, de esta manera, tiene la capacidad de

manipular e interpretar los datos. Esta es, la pieza clave del capitalismo cognitivo.

3.6. Capitalismo de la vigilancia

Ahora bien, en este apartado nos enfocaremos en analizar el concepto de capitalismo de la vigilancia que propone Shoshana Zuboff en el libro que mencionamos antes [*The Age of Surveillance Capitalism*;2019], la autora realiza un exhaustivo análisis sobre la manera en que las empresas usan las herramientas tecnológicas para tomar de materia prima al ser humano y, principalmente, a su comportamiento:

El capitalismo de vigilancia reclama unilateralmente para sí la experiencia humana, entendiéndola como una materia prima gratuita que puede traducir en datos de comportamiento. —continúa— Aunque algunos de dichos datos se utilizan para mejorar productos y servicios, el resto es considerado como excedente conductual privativo («propiedad») de las propias empresas capitalistas de la vigilancia y se usa como insumo de procesos avanzados de producción conocidos inteligencia de máquinas con los que se fabrican productos predictivos [...] (2020: 21).

De esta forma, Zuboff hace una observación importante: los capitalistas de la vigilancia usan ese excedente conductual para convertirlo en materia prima de sus productos y servicios. Con otras palabras, podemos decir que, la dinámica del capitalismo de vigilancia está centrada en la obtención de dicho componente primario con el propósito de enriquecerse. Por lo cual, nuestra privacidad como usuarios de internet queda eclipsada bajo ese mecanismo. Más aún, nuestra propiedad se vuelve propiedad del capitalismo de la vigilancia. Zuboff añade lo siguiente: “Los capitalistas de la vigilancia se han enriquecido inmensamente con esas operaciones comerciales pues son muchas las empresas ansiosas por apostar sobre nuestro comportamiento futuro.” (*Ibid.*, 21). Por consiguiente, *el capitalismo de la vigilancia es también un capitalismo del futuro*. Lo que vuelve riesgoso este tipo de capitalismo es que no sólo se basa en el conocimiento de la conducta humana, sino que crea formas para moldearla. Esto es posible, como señala Zuboff, por la aparición y el acelerado avance de los dispositivos inteligentes.

A partir de este punto, la autora defiende lo siguiente: puesto que el capitalismo de la vigilancia utiliza las herramientas tecnológicas para proporcionarse a sí mismo al comportamiento humano como materia prima, por lo tanto, esta dinámica puede entender como una forma sofisticada de obtener poder cuya base es el **instrumentarismo**.

El poder *instrumentario* conoce el comportamiento humano y le da forma, orientándolo hacia los fines de otros. En vez de desplegar armamentos y ejércitos, obra su voluntad a través del medio ambiente automatizado conformado por una arquitectura informática cada vez más ubicua de dispositivos «inteligentes», cosas y espacios conectados a la red. (Ibid., 22)

A esto habría que añadir que, las dinámicas del capitalismo de la vigilancia y, por consiguiente, del poder *instrumentario* cambian de acuerdo al uso y las variaciones propias de las plataformas. Así, por ejemplo, si damos clic a una página que vende artículos de cocina, sería muy probable que en nuestra próxima entrada al navegador aparezcan páginas similares. Zuboff agrega que: “La conexión digital es hoy un medio para satisfacer los fines comerciales de otros. En su fundamento mismo, el capitalismo de la vigilancia es parasítico y autorreferencial.” (Ibid., 23)

Además, es importante señalar que el capitalismo de vigilancia se ha expandido, tal como menciona Zuboff: no se limita a la esfera de la red, esto quiere decir que su mecanismo no opera únicamente en las plataformas digitales, sino que ahora, se interesa cada vez en las acciones diarias de los usuarios realizadas fuera de internet, por ejemplo, al tener encendidos los teléfonos móviles y escuchar o “leer” una conversación sobre alguna compra futura o un plan para viajar, esto se convierte en materia prima del capitalismo de la vigilancia.

A diferencia del capitalismo que analizó Marx: “Los productos y servicios del capitalismo de la vigilancia no son objetos de intercambio de valor” (Ibid., 24). En otras palabras, los objetos no establecen relaciones de valor en el intercambio entre productor y consumidor por la razón de que las figuras del productor y el consumidor son distintas. Zuboff menciona que dichos productos y servicios son más bien un “gancho” para atraer a los usuarios hacia operaciones extractiva donde se usan nuestras experiencias personales que son transformadas en medios para conseguir los fines de otros. Por ello, Zuboff sostiene que no somos clientes del capitalismo de la vigilancia: “Somos las fuentes del excedente crucial del que se alimenta el capitalismo de la vigilancia: los objetos de una operación tecnológicamente avanzada de extracción de materia prima a la que le resulta cada vez más difícil escapar.” (Ibid., 25). De esta forma, como señala Zuboff, los *verdaderos clientes* del capitalismo de la vigilancia son las empresas que comercian con los datos de las personas y con base a esta base de datos pueden predecir el comportamiento humano. El análisis que realiza Zuboff al respecto

es relevante porque muestra de qué manera los capitalistas de la vigilancia, que se apropian de nuestros datos, juegan con nuestra percepción sobre las acciones propias, aunque sean actividades diarias. Siguiendo la línea de argumentación que desarrolla Zuboff, el capitalismo de la vigilancia nos ha convertido en minas de datos, hay una explotación de la individualidad en ese mecanismo al que muchas personas muestran frustración e impotencia (*Ibid.*, 25).

“El capitalismo de la vigilancia actúa por medio de unas asimetrías de conocimiento sin precedentes, y del poder que se acumula con ese conocimiento. Los capitalistas de la vigilancia lo saben todo *sobre nosotros*, pero sus actividades están diseñadas para que no puedan ser conocidas por nosotros. Acumulan montañas ingentes de nuevos conocimientos extraídos *de nosotros*, pero no *para nosotros*.” (*Ibid.*, 26)

Por consiguiente, el beneficio que se produce a partir de la extracción de nuestros datos es para los capitalistas de la vigilancia no, desde luego, para nosotros. ¿Cuál es, entonces el cambio central de este nuevo capitalismo de la vigilancia? Podíamos decir que es el desplazamiento de la atención sobre propiedad de los medios de producción como la principal fuente de riqueza a los medios que moldean la conducta humana como materia prima: “[...] el capitalismo de la vigilancia es una fuerza sin escrúpulos impulsada por unos numerosos imperativos económicos que ignoran las normas sociales y anulan los derechos elementales asociados a la autonomía individual y que tan imprescindibles resultan para que las sociedades democráticas siquiera sean posibles.” (*Ibid.*, 26). La irrupción del capitalismo de la vigilancia sobre las individualidades afecta la manera en que las sociedades se organizan en el terreno político. Esto es más claro si entendemos lo siguiente: una vez que se interrumpe y modifica el proceso de individualidad de las personas, en consecuencia, hay una posibilidad de obstrucción en la construcción de organizaciones democráticas, como lo veremos en el último capítulo de la presente investigación.

El capitalismo de la vigilancia, como apunta Zuboff, es novedoso porque, además de tratarse de una forma sofisticada del capitalismo informacional, su base no tiene precedentes. Ella sugiere, por tanto, el ejemplo del caballo sin carruajes para ilustrar la idea del impacto del capitalismo de la vigilancia: los seres humanos no tenían la experiencia previa de la fuerza que posee esta forma de capitalismo y, por consiguiente, es posible hablar de una nueva manera en que el capitalismo actúa con mayor fuerza, no había sido vista antes. “[...] el capitalismo de la vigilancia es un actor nuevo en la historia: original y sui generis a la vez. Es único en su especie y diferente a todo lo demás: un nuevo plantea separado que se rige por su propia fuerza física del tiempo y del espacio [...]” (*Ibid.*, 29). Ese “planeta” con su propia física ha impuesto sus

fuerzas en la vida de los seres humanos, cambiando el curso de sus historias individuales y de la historia humana.

3.7. Medios de comunicación simbólicamente generalizados

Analizaremos la teoría de Luhmann sobre los medios de comunicación simbólicamente generalizados con el propósito de entender la transformación de la sociedad a partir de su integración y de internet. En la teoría de sistemas sociales de Luhmann, los medios de comunicación para las masas son un sistema funcional que reproduce —de forma autopoiética— una gran cantidad de información sobre diversos temas: ciencias, arte, política, educación, etcétera; y que se difunde a través de aparatos tecnológicos. En *La realidad de los medios de masas* de [1995](#), Luhmann establece que los *mass media* han rebasado por mucho las expectativas de la evolución del conocimiento humano: se trata de un sistema social que funciona de acuerdo con sus propias operaciones y con su código información/no-información. Sin este código sería imposible para el sistema de los medios de comunicación para las masas, organizar el criterio de libre selección de información. De esta manera, el sistema no podría planificar su reducción de complejidad. Por consiguiente, el sistema necesita del valor positivo (información) para diferenciarse del entorno (Luhmann, [2007: 26](#)).

La característica fundamental de los *mass media* es la comunicación. En el capítulo segundo de *Teoría de la sociedad*, Luhmann sugiere que la comunicación tiene lugar debido a tres aspectos: información, acto de comunicación y comprensión ([1998: 83](#)). Estos aspectos, que Luhmann considera fundamentales en todo proceso comunicativo, también pueden entenderse de acuerdo con las siguientes distinciones: información/ darla a conocer/ comprenderla. De esta manera, aunque los tres componentes son por sí mismos improbables y contingentes ([Ibidem.: 84](#)), tienen lugar debido a las operaciones internas del sistema.

Siguiendo este orden y puesto que la comunicación es un suceso, los tres aspectos antes señalados se refieren a las operaciones que realizan los sistemas sociales sobre la sociedad. En el caso del sistema de los *mass media*, dichos aspectos operan por medio de una secuencia de operaciones de observación desde las cuales es posible distinguir entre aquello que es propio del sistema y aquello sobre lo que opera (autorreferencia y heterorreferencia). Luhmann dedica un capítulo completo a esta distinción, que está incrustada en el sistema de los *mass media*, dentro del libro *La realidad de los medios de masas*, para el presente ensayo, es suficiente

mencionar que esta distinción posibilita la diferenciación del sistema de los *mass media* respecto al entorno (a esto se refiere el binomio sistema /entorno); de esta forma, no hay una confusión de mundos (entre la manera en cómo representan los *mass media* a los hechos del mundo y los mismos hechos). Esto es válido no únicamente para los medios de comunicación de masas sino para todos los sistemas funcionales que son estimulados por sistemas sociales y por sistemas psíquicos (Luhmann, [2007: 133](#)).

De acuerdo con el diagnóstico de Luhmann, los medios de comunicación de masas construyen realidad a partir de sus propias operaciones que se reproducen por medio de una secuencia de observaciones. Puede decirse entonces que, uno de los elementos centrales en la teoría luhmanniana de los *mass media* es la función de las operaciones de observación en la representación de la realidad (social). No obstante, desde esta teoría, dicha representación de la realidad no es continua, tal como lo asimilan mayoritariamente reportajes y noticias, antes bien, se trata de una representación enfocada en el conflicto, en lo sorpresivo que irrumpe con la realidad. Los *mass media* sobreviven debido a esta discontinuidad producida por la constante ruptura temporal y social que efectúan. De esta forma, los medios de comunicación se estimulan a sí mismos: ellos producen sus propios conflictos y sus propias soluciones. Por consiguiente, la sociedad reproduce esa cantidad de temas que más tarde los medios de comunicación deberán seleccionar para transformarlos en información. Puesto que de los diversos ámbitos programáticos de los *mass media*, que contribuyen a la construcción de la realidad, se desprende el difícil reconocimiento de un suceso común que los coloque como un marco referencial para los sistemas de conciencia, por lo tanto, los medios se ven obligados a acelerar su capacidad de estimulación, en este mismo proceso interno dotan de sentido a la realidad social, a esto se refiere Luhmann con *sensemaking* (2007: 10).

Para la teoría luhmanniana, qué tipo de realidad construyen los *mass media* es clave para comprender el tipo de sociedad que procesan. Ahora bien, puesto que, en general, los sistemas funcionales construyen realidad la pregunta entonces es, ¿cómo construyen realidad los medios de comunicación de las masas? Para responder a esta cuestión, en primer lugar, Luhmann examina cómo los medios determinan su campo de dominio dentro de la sociedad, es decir, cuáles son los elementos fundamentales con base a los cuales los medios construyen el correlato de sus propias operaciones (2007: 12). De acuerdo con este análisis, debe evitarse considerar

que los medios están enfocados en desvirtuar *la* realidad (social), pues esto supondría la existencia de una realidad dada incondicionalmente, una realidad ontológica pre existente. Lo que demuestra este diagnóstico es que la construcción de realidad de los medios se desarrolla, como en otros sistemas funcionales, con base a tres principios: debido a la clausura operativa, a su capacidad de diferenciación y a su autonomía autopoietica (Luhmann 2007: 13). En el caso de los *mass media*, esto significa que, como mencionamos antes, la construcción de realidad no se acopla a los hechos que ocurren en el mundo.

Específicamente, en el sistema de los *mass media*, la realidad se compone de aquello que comunica, esto es, la diversidad de temas que disponen para reproducir de forma masiva. Luhmann afirma que los temas son el ingrediente esencial para la comunicación (2007: 17), permiten organizar la memoria del sistema y reafirman aportaciones para entender contextos complejos, lo que hace posible especificar si un determinado tema debe permanecer o debe cambiarse. Con otras palabras, los temas son la heterorreferencia en el acto de comunicación. El éxito de los *mass media* está directamente relacionado con la imposición social de su selección de temas⁶.

En segundo lugar, Luhmann se refiere con “duplicación de realidad” a que puede hablarse de la realidad de los *mass media* en un doble sentido. El primer sentido hace referencia a la realidad "real" que consiste en la operación que difunde el contenido de los *media* a través de los aparatos técnicos que utiliza con este fin y, de esta forma, producen comunicación en cuanto los sistemas de conciencia reciben aquello que emiten los medios de comunicación de masas. La "realidad real" de los *mass media* consiste en la comunicación ininterrumpida que ellos mismos promueven. De manera más precisa, en la medida en que se difunde el contenido de los medios, la comunicación tiene lugar cuando incluye en sus operaciones al acto de recepción en los sistemas psíquicos. En este proceso, están involucradas las operaciones “reales” mediante las cuales, este sistema funcional, llamado medios de comunicación de masas,

⁶ En palabras de Luhmann: “El éxito social de los medios para las masas se basa en que imponen la aceptación de los temas. Esto es totalmente independiente de que se tome partido positivo o negativo sobre la información, sobre las propuestas de sentido, o sobre los valores ya conocidos.” (2007: 18). Se puede decir que, desde esta perspectiva, Luhmann deja atrás la concepción común que afirma que la *manipulación* ejercida por los medios de comunicación de masas se enfoca únicamente en dar seguimiento a sus intereses particulares. A partir de la propuesta de Luhmann, es posible distinguir que los temas permiten planificar las funciones del sistema.

se autoreproduce y se diferencia de su entorno. El segundo sentido en el que se puede hablar de realidad de los *mass media*, Luhmann lo caracteriza de la siguiente manera: estos se constituyen de una secuencia de observadores (2007: 129). Con la finalidad de comprender cómo observan los *mass media*, Luhmann introduce los conceptos de observador de primer y observador de segundo orden.

Luhmann articula la función de los *mass media* desde el denominado “constructivismo operativo” o “constructivismo de cognición” que, a diferencia de la epistemología tradicional enfocada en el sujeto, se fundamenta en la recursividad de sus propias operaciones y en la memoria del sistema psíquico. De acuerdo con esta teoría, es posible analizar el sistema de los *mass media* con base a dos tipos de observadores. En la perspectiva del observador de primer orden no es posible distinguir entre los hechos reales y la realidad ilusoria (*ibidem*: 130), mientras que el observador de segundo orden, observador de los observadores, presupone que hay realidad en el observador. De esta manera, la observación de segundo orden puede seleccionar al observador con base en la distinción autorreferencia/ heterorreferencia. Esto significa que, en el acto de la comunicación, el observador de segundo orden actúa de acuerdo con el presupuesto de la propia comunicación, es decir, las pruebas de consistencia que aseguran el éxito de los medios de comunicación. Esta red de comunicaciones sociales que experimentan los *mass media* no está limitada por las circunstancias, contradicciones e interrupciones que tiene la comunicación, por ejemplo, entre individuos en tiempo presente, su campo de posibilidades es mayor y de esta forma se autoreproduce. De acuerdo con el análisis de Luhmann, la clave que mantiene unido al sistema de los *mass media* es la red de operaciones internas que crean los observadores. Nos interesa mostrar que es precisamente el esquema que describe la operación de los observadores, el elemento fundamental por medio del cual es posible entender que en el acto de la comunicación hay dos lados: quién observa y quién elige lo que se observa, a partir de la observación de los observadores. En este sentido, en el caso de los *mass media*, hay un poder de elección sobre aquello que se comunica y que configura, de este modo, nuestra concepción del mundo.

Una de las cuestiones fundamentales en la teoría luhmanniana de los medios de comunicación de masas es su función. Como señalamos anteriormente, cada sistema social reproduce de manera ordenada un tipo de observación sobre lo que acontece en la realidad

(social), la pregunta entonces es, ¿cómo se consigue este orden? Pues bien, la respuesta está en la propia observación, es decir, la función principal de los *mass media* es la observación que regula el conjunto de operaciones que tienen lugar en el interior de dicha operación. Luhmann describe el proceso de observación como una operación lógica: identifica objetos por medio de distinciones. Puede decirse que esa identidad que define al objeto (puesto que se trata de ese objeto y *no de otro*), es la designación que la observación realiza (2007: 136), más aún, aquello que no está, digámoslo así, en el radar de la observación es también parte de ésta, de manera que así se determina el acto de observar⁷.

Luhmann sostiene que la función principal de los *mass media* es la autoobservación del sistema de la sociedad (2007: 139). Esto significa que el conjunto operaciones de la observación que se realizan dentro de los medios de comunicación de masas, está orientado a la capacidad de autoobservarse. Es más, para Luhmann esta capacidad de autoobservación de los *mass media* es su condición de posibilidad y de este modo reafirma su carácter autopoietico. Ahora bien, las observaciones están conectadas entre sí y de esta manera forman la memoria del sistema pues, cada operación se remite a otra operación anterior. Desde esta memoria del sistema de los *mass media*, se ordena la selección de aquello que comunican. Esto quiere decir que el sistema actualiza constantemente su contenido de temas sobre los cuales informa y lo hace bajo sus propios límites, no es posible comunicar todo el conjunto de temas en un mismo tiempo.

Además, la función central de los medios de comunicación, la autoobservación de la sociedad es portadora del potencial que tienen los medios para diferenciar objetos presentes en la comunicación. Un ejemplo de esto, como asegura Luhmann, es que todo aquello que comunica se orienta hacia aquel que lo comunica. En este sentido, las noticias y los reportajes se basan en la forma de sospecha que oculta los motivos que están detrás de la propia noticia (2007: 122) y aquí, la autoobservación se desarrolla siguiendo el modo de observación de primer orden en el cual, los sistemas psíquicos toman a la realidad tal como es representada por

⁷ En palabras de Luhmann: "La operación de la observación es, en este sentido, su propio punto ciego. Este punto ciego es el que posibilita el que se pueda observar algo determinado y que se le pueda indicar." (2007: 136)

los *mass media*⁸.

Es importante hacer un análisis de los medios de comunicación para las masas desde la llegada de las computadoras que hasta ahora son el aparato tecnológico más sofisticado (incluso, sigue en continuo desarrollo) y principalmente del Internet, y la Web 2.0. Puede decirse que el Internet es el medio de comunicación que ha extendido la comunicación de manera global. Por consiguiente, es suficiente con tener este servicio de Internet para que los sistemas psíquicos se comuniquen a una escala que está por encima del espacio y el tiempo. Es necesario preguntarse lo siguiente para comprender el fenómeno del Internet, más allá de su capacidad de expansión comunicativa, como lo llamaría Luhmann, ¿el medio de comunicación, denominado Internet, puede capturar de manera operativa y estructural —como en el caso de otros medios de comunicación que mencionamos antes, la televisión, la radio, los periódicos, etc.—, ¿aquello que ha sido construido por la sociedad? En otras palabras, ¿la función de Internet también es la autoobservación de la sociedad? Para responder estas cuestiones, es importante considerar que en la teoría de sistemas sociales que desarrolló Luhmann, es posible ver cómo él mismo detectó el cambio que surgió en la sociedad desde la introducción de las computadoras en ella, tal como lo señala Dirk Baecker (2006: 26), para Luhmann, las computadoras cambiaron la forma de organización de la sociedad, han expandido sus redes de comunicación. Más aún, han cambiado la producción de diversos procesos en diferentes subsistemas con ello, la sociedad apenas es consciente de este cambio producido por la ampliación de esta tecnología. Ciertamente, Luhmann no experimentó de cerca el avance de estas tecnologías, por ejemplo, la llegada de las laptops o los *smartphones* que, entre otras cosas, permiten conectar a los sistemas psíquicos entre sí sin la necesidad de la presencia física. No obstante, Luhmann ([1997] 2006:240) observó que los programas de las computadoras tienen sus límites específicos sin embargo, en

⁸ No obstante, Luhmann sostiene que, en contra de la conocida suposición de que los medios de comunicación de masas son únicamente vehículo de ideologías, posiciones políticas, religiosas, etc., y que, considerados de este modo, obstruyen su funcionamiento, es por esta razón que una aspiración hacia la confiabilidad de la información puede encontrarse en la diferenciación de una red de comunicaciones que él denomina campos programáticos, esto es, las noticias y reportajes, la publicidad y el entretenimiento. A pesar de que, esta expectativa de información confiable sea sólo eso, una posibilidad. En este sentido, la capacidad de recepción de información en los sistemas psíquicos es clave para entender las operaciones de la observación que tienen lugar en los *mass media*, como explicamos anteriormente.

su operación y en la medida en que su proceso comunicativo está por encima de lo temporal (y espacial) que, de acuerdo con Luhmann, ese “desfase” con el anclaje espacio-tiempo es semejante al producido por medio de la escritura, pero las computadoras pueden añadir ese “desfase” en el sentido de aquello que comunican, lo cual deriva en una nueva manera de entender esa comunicación con o sin la autopoiesis. Como medio de comunicación, el Internet también selecciona temas, pero estos temas se vuelven un “anclaje digital” para los usuarios, así pues, en la nube digital, en la Web, hay cientos de páginas que ofrecen diversos temas y a su vez han hecho una selección previa de éstos; lo que resulta aún más interesante es que los usuarios de la Web se pueden convertir en productores-Web, es decir, tienen los elementos suficientes para manipular y crear sus propias páginas, que estarán, sin embargo, subsumidas por las herramientas más sofisticadas de aquellos que dominan este territorio virtual. De este modo, una de las funciones principales de Internet es la autoobservación de la sociedad, sí, pero no es la única función. Es más, en cuanto avanza, es posible hallar más formas en que opera el proceso comunicativo de este novedoso medio de comunicación.

Es posible que dentro de esta nueva forma de comprender y de dar a conocer, el modo en que opera el Internet y los nodos de la red comunicativa sea el de un observador de segundo orden [justificar]. Para esclarecer este último punto, en primer lugar, se debe distinguir entre Internet/ usuarios e Internet/ productores. En segundo lugar, es preciso aclarar que dentro de Internet hay otros roles que pueden tomar los sistemas psíquicos, como en el caso de los *hackers*, con ello se abre un panorama más complejo, además, el “efecto” de Internet en la sociedad reside en su peculiaridad para procesar la información. Por último, podríamos decir que la teoría de sistemas sociales desarrollada por Niklas Luhmann nos sigue guiando para comprender los fenómenos derivados del acelerado avance de las nuevas tecnologías de la información.

3.8. Internet como medio de expansión y el fenómeno de la Web 2.0

En el libro *Estudios acerca de la próxima sociedad* [Studien zur nächsten Gesellschaft; 2007] Dirk Baecker aborda las condiciones que surgirán en la próxima sociedad. Siguiendo el planteamiento de Luhmann sobre cuál sería la mejor teoría sociológica que describa y se

aproxime a los procesos derivados de los medios de comunicación; las posibilidades que abren son extensas y, en principio, la sociedad no puede dominarlas todas. Por lo cual, Baecker sugiere que las formas culturales pueden reducir la complejidad a aquello que efectivamente es elaborable (2018: 16). Como hemos visto antes, el capitalismo en la era digital ha experimentado una serie de cambios que se traducen en sus formas, producidas por la utilización de herramientas tecnológicas y, principalmente, de internet y las TIC. Al respecto, sostiene Backer lo siguiente:

A la escritura le debemos la invención de la forma cultural teleología. La sociedad recién se las pudo arreglar con las posibilidades comunicativas más allá de la comunicación oral entre seres presentes cuando Aristóteles tuvo la idea de que uno podía someter a examen toda oferta de sentido pensable inspeccionando qué meta perseguía a qué fin [*Zweck*] servía y qué medios adecuados o inadecuados aplicaba. De esta invención, las ciencias económicas [*Betriebswirtschaftlehre*] se beneficiaban hasta el día de hoy. A ella le deben toda su racionalidad. (*Ibid.*, 16)

De este modo, la cultural teleología orientada hacia el cumplimiento de medios y fines tomó fuerza con la invención de la imprenta: la comunicación se expandió y multiplicó. La comunicación experimentó su primera transformación: “Libros, billetes de dinero, sentencias judiciales, artículos científicos, notas, volantes, noticias de diarios, certificados no tan sólo deben ser tomados en cuenta, sino que deben ser puestos lado a lado y uno puede extraer retrospectivamente, según la esperanza de Leibniz, incluso «calcular» consecuencias a partir de su comparación en las que un interlocutor, o también el autor, de cada uno de estos documentos jamás habría pensado”. (*Ibid.*, 17)

Por consiguiente, si la imprenta del libro produjo un reordenamiento del mundo (*Ibid.*, 18), como menciona Baecker, los medios de comunicación masiva trajeron al mundo una confrontación [*Auseinandersetzung*]: producen en los usuarios un encanto o rechazo. Añade Backer que los textos escritos aceptan el no, mientras que las imágenes no lo admiten. Con las computadoras y las TIC este orden cambia: hay una nueva confrontación donde, además, la información no es confiable.

Más aún, en este orden hay dos partes: la primera contiene lo determinado y la segunda

lo indeterminado. Esta idea, aunque abstracta, nos permite comprender por qué motivos la indeterminación está presente en la iteración de los algoritmos: en los resultados hay procedencias desconocidas. La noción de la próxima sociedad que propone Baecker es importante porque se anticipa a la manera en que funcionan las empresas y, específicamente, la economía. Es importante mencionar que la economía, como ocurre con el capitalismo de la vigilancia propuesto por Zuboff, no es una tecnología sino una lógica, una dinámica que opera internamente y es la base de grandes corporaciones.

Podemos decir que, los análisis de Zuboff y Baecker son distintos, pero coinciden en lo siguiente: ambos sostienen que la *próxima sociedad* nos advierte del riesgo del uso de las herramientas tecnológicas que hacen las empresas. Como es sabido, este proceder no es único de las empresas, sino que, además, los medios de comunicación digitales han inaugurado una serie de cambios en el comportamiento y la interacción de los actores sociales. De esta forma, como señala Pignoli Ocampo, las críticas que se han dirigido a las TIC que “aleja al ser humano de sí mismo” (2015: 4) no consideran la otra parte: han multiplicado las posibilidades de la comunicación en un proceso constante de sumario sobre la información social. Como señala Pignoli Ocampo, Luhmann había apuntado la importancia de las transformaciones electrónicas de la comunicación, que él vio principalmente en cuanto a la emisión y a la recepción de la información; pero es relevante destacar que la digitalización de los medios de comunicación ha intervenido también en su conversión: hay una selección de la información con el propósito de constituir, digámoslo así, *puentes* de información:

Consideramos bien orientada la intuición de Luhmann, aunque incompleta, debido a que, si el asunto se redujera a seleccionar, bastaría con plantear una ecología de la comunicación digital. Desde nuestro punto de vista, sin embargo, tanto el uso comunicativo de las computadoras como “la convergencia funcional” suponen una estructuración comunicativa previa, a saber, la emergencia y evolución de un medio de comunicación que ofrece un estrato común e integrante de estos (y otros) procesos en principio unilaterales. (*Ibid.*, 5)

Este señalamiento es importante porque hay una comprensión sobre los efectos y la funcionalidad de los procesos de digitalización de la comunicación: “[... asumimos que la

digitalización de la síntesis no se da en abstracto, sino que supone la emergencia, la diferenciación y la evolución en el marco de las estructuras propagativas de la sociedad... se da bajo las condiciones comunicativas de la digitalización de la información y se organiza de un modo específico”. (*Ibid.* 5).

Pues bien, la digitalización de los medios de comunicación fue permisible también por el rápido y funcional desarrollo de la Web 2.0. Es importante mencionar que no se trata de un fenómeno tecnológico (aunque, claro, tiene su precedente en lo que la tecnología posibilita) sino que es un fenómeno social. Así, el término se refiere a las posibilidades de los usuarios y usuarias de esta plataforma: mientras que en los inicios de la Web había, claramente, una situación pasiva en la que ellos y ellas solamente recibían información, con la llegada de la Web 2.0 y, con esto, la aparición de las plataformas como Blog, Facebook, Twitter, YouTube, páginas web (para crear otras páginas), redes sociales, y las Wikis, las usuarias y los usuarios pueden ahora publicar información y no únicamente recibirla. Es más, pueden crear dicha información. Por ejemplo, en la conocida Wikipedia cualquiera con acceso a internet puede aportar datos relevantes sobre algún tema específico. De este modo, la comunicación ha experimentado cambios sustanciales en su constitución en tanto comunicación digitalizada.

Por lo cual, ahora podemos ver una gran cantidad de publicación de contenido de proveniente de distintas personas con diversas culturas, idiomas, especialización, etcétera. En resumen, podemos decir que, las páginas que son constantemente actualizadas con nuevo contenido albergan la Web 2.0, mientras que las páginas o plataformas que no se actualizan pertenecen a la generación anterior. Si bien, como hemos dicho antes, la tecnología del hardware ha mejorado y permitido el avance de las nuevas generaciones de la Web, no obstante, es sencillo ver que la orientación de la Web 2.0 en tanto que a sus fines: somos parte de esta plataforma, capaces de alterar y proponer contenido.

Sin embargo, como sabemos, las redes sociales que están experimentando una constante actualización han cambiado sustancialmente la interacción entre las personas. Además, han cambiado la manera en que se constituye el espacio público y la opinión pública. Tal como lo veremos en el capítulo final de la presente investigación.

4. Racionalidad deliberativa en el contexto de internet y de la Web 2.0: un modelo normativo

Ahora bien, hasta aquí hemos analizado de qué manera los medios de comunicación para las masas modificaron la forma en que los seres humanos interactuamos. No obstante, como también mostramos antes, internet y la Web 2.0 han constituido una transformación del espacio público. Nos interesa destacar la manera en que se introducen estos cambios en lo que podríamos llamar el *espacio público digitalizado-politizado* y sus consecuencias principalmente en los sistemas democráticos actuales. Para este propósito, vamos a retomar la propuesta normativa de la democracia deliberativa de Habermas.

En el *Prefacio a la edición Alemana de 1990* el libro *Historia y crítica de la opinión pública. Transformación estructural de la vida pública* en la segunda parte titulada *II. El cambio estructural de la publicidad. Tres revisiones*, Habermas señala la importancia del estudio empírico y normativo de los medios de comunicación para las masas. De esta forma, él advierte que en el último capítulo expuso la relevancia de ambos puntos de vista en el análisis sobre el concepto de publicidad y, específicamente respecto a la opinión pública:

“En tanto que un constructo ficticio del Estado de derecho, la opinión pública conserva en la teoría normativa de la democracia la utilidad de las grandes entidades contrafácticas. Pero esa entidad ha sido liquidada desde hace tiempo en los estudios empíricos de la investigación de los medios y de la sociología de la comunicación. Sin embargo, se deben tener en cuenta ambos aspectos si se quiere el modo de legitimación puesto en práctica realmente de las democracias en masas del Estado social y si no se quiere abandonar las diferencias entre los procesos de la comunicación pública auténticos y los impregnados por el poder.” (Habermas, :20)

A partir de esta precisión, Habermas muestra que la incursión de los medios de comunicación en los asuntos públicos y políticos producen tendencias contrapuestas mediadas por el poder. Habermas sugiere que haya una ponderación del poder entre las opiniones que surgen en el contexto del mundo de la vida, es decir, aquellas que en estricto sentido no son opiniones formales y entre las opiniones *cuasi-públicas* que se producen en los medios de comunicación para las masas y que están influidas por el Estado y la economía (*Ibid.*, 21). Por consiguiente, la preocupación de Habermas en este sentido es que en dicha mediación pueda intervenir la publicidad crítica. En ese momento, él vio la representación de la publicidad crítica en los partidos políticos y en las organizaciones internamente democráticas: “Me parecía que las publicidades en el interior de los partidos y de las asociaciones eran como los nudos virtuales de una comunicación pública que

todavía podía ser regenerada.” (*Ibid.*, 21)

Como veremos más adelante, hay un proceso similar en la constitución de la opinión pública y del espacio público que presentó Habermas, con el cambio de estructura de la publicidad en los medios de comunicación para las masas, específicamente, en la prensa, y las plataformas digitales que actualmente han cambiado la estructura de la opinión y el espacio públicos. Es importante decir entonces que, esta semejanza consiste en lo siguiente: en primer lugar, como Habermas señaló, hay un surgimiento de los espacios públicos que se rigen con sus propias normas, tal como ocurrió en el periodismo: las notas periodísticas pasaron de ser medios de información a incorporarse como productor de “noticias frescas” para el cliente que busca opinión pública (*Ibid.*, 210).

En segundo lugar, es importante mencionar la figura del redactor en el medio de la prensa es importante porque reúne las condiciones del compilador y del autor; de esta manera, la esfera pública se desplaza hacia el grupo selecto del “periodismo de escritores” que convirtió a la publicidad en estrategia para llegar a un determinado público lector. No obstante, es en su segunda etapa de la prensa donde los motivos del redactor se vuelven políticos y esto dio lugar a un periodismo escrito por expertos en el tema. Habermas sostiene que la transformación de la opinión pública no comenzó con la *autonomización* de la redacción sino con el “periodismo culto”. Del mismo modo, en los medios digitales hay una fuerte predilección por la *novedad* en las noticias: el *tiempo* es crucial en la propagación de las noticias, pero, a diferencia de la *virtualidad* de la que se basaba la prensa, en las plataformas digitales, como Facebook, Twitter, Blog, páginas web, entre otras, ha cambiado precisamente porque la velocidad con la cual se difunde la información es cada vez más acelerada.

Así pues, las nuevas herramientas digitales que conforman la Web 2.0 han modificado nuestra comunicación y, con ello, la manera en que interactuamos con las personas. Pero, además, han acelerado el tiempo, como abordaremos en los siguientes apartados.

Por lo cual, podemos ver que, de forma similar a cómo planteó Habermas el ascenso del interés político de la prensa, así también las plataformas como Facebook, YouTube, Wikis, Blogs, Twitter, han ganado terreno en el ámbito político formando movilizaciones sociales, cambios en la dirección de campañas electorales y, principalmente, expusieron la relevancia de la relación entre los ciudadanos y las ciudadanas con las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) e Internet. De esta manera, este vínculo es

importante porque constituye la *materia* del espacio público digitalizado-politizado al que nos referimos antes. Dicha transformación del espacio público digital es importante porque hay una conexión virtual entre las ciudadanas y los ciudadanos con las instituciones públicas y políticas (García Alonso, Ignacio Criado, 2012: 73). Además, la revisión de la transformación digital que ha experimentado el espacio público es relevante porque constituye una parte crucial para la sociedad actual. La base de la deliberación política que propone Habermas es la legitimación y racionalización del poder político por medio del discurso argumentativo. En el contexto del fenómeno social y tecnológico de la Web 2.0 que, como hemos visto antes, se constituye por plataformas digitales cuyo propósito es la creación de comunidades donde las usuarias y los usuarios pueden emitir o *publicar* sus opiniones respecto a asuntos públicos y políticos. Podemos decir entonces que, adquieren el carácter de actores sociales y políticos, pero ahora en el contexto de los medios digitales. Por consiguiente, su forma de interactuar es a través de *la comunicación digital con fines políticos*.

En este sentido, la Web 2.0 compuesta por dichos medios digitales como los blogs encaminados a mostrar la comunicación política se transforma en una nueva faceta del debate público y político. Así pues, esta blogosfera política (*Ibid.*, 73) que encarna la conversión del espacio público orientado a exponer: denuncias, opiniones, obstaculizaciones, movilizaciones y asociaciones, bajo la experiencia de una “libertad digital”, donde los actores políticos pueden “libremente” divulgar sus respectivos juicios en torno a la situación política del lugar donde residen, o bien, de los asuntos políticos internacionales, pues recordemos que el alcance global de internet que se extiende por distintas partes del mundo y es suficiente con tener este servicio así como un teléfono móvil u otro dispositivo conectado para difundir dichas opiniones.

Ahora bien, como lo señalan García Alonso e Ignacio Criado, la blogosfera política se ha convertido en una fase sustancial para la deliberación política y, desde luego, de la opinión pública en la constitución de los sistemas democráticos contemporáneos.

4.1. Internet, las TIC y las IA como generadores y transformadores del espacio público contemporáneo

Como hemos mostrado antes, para los propósitos de la presente investigación es necesario mostrar cómo se ha desarrollado la influencia de Internet y de las Tecnologías de la Información de la Comunicación en los debates, la acción y el discurso políticos actuales. Es fácil notar que éstos se han incrementado de tal manera que ahora podemos hablar de espacios tecno-políticos (2021: 11). La cuestión es: ¿cómo concebimos a estos espacios

políticos actualizados con base al funcionamiento tecnológico (de ahí su nombre)? ¿Cuál es la importancia y el funcionamiento de la democracia deliberativa?

En primer lugar, para responder a estas interrogantes, consideramos relevante señalar el ascenso de los movimientos tecno-políticos, así como la cohesión del espacio cibernético que ha fungido como piedra angular de los asuntos políticos y públicos en diversos países. Como menciona Candón- Mena (2021: 12) dicho espacio se ha transformado en un lugar apto para la intersección de los discursos políticos, además se ha vuelto un sitio idóneo para la experimentación del modelo de democracia deliberativa.

De la misma manera que mencionamos anteriormente, el modelo de democracia deliberativa muestra la importancia de los momentos claves en el proceso de los acuerdos políticos que, a su vez, anticipan los cambios en las opiniones públicas de las ciudadanas y los ciudadanos. Con otras palabras, tal como lo menciona Candón- Mena: “el modelo de democracia deliberativa destaca la importancia de involucrar a la ciudadanía más allá de las elecciones.”⁹ (Íbidem., 12)

Ahora bien, Candón Mena destaca la importancia del modelo de democracia deliberativa en los procesos electorales:

“En cuanto al voto mayoritario, el modelo de democracia deliberativa destaca la importancia del proceso previo de la formación (y no simple transformación) de las opiniones más allá de la simple suma y conteo de los mismo durante el proceso electoral, y cuestiona también la imposición de la mayoría apostando por la búsqueda del consenso a través de la discusión y el debate basado en la razón bajo los principios de la igualdad y transparencia” (cita)

En este sentido, el ciberespacio ha contribuido a la transformación de la opinión y del espacio público de una manera crucial que ahora nos permite comprender las dinámicas de este escenario complejo, como una *red hecha de redes*. Recordemos que, para Castells la información que se produce reproduce y difunde a través de Internet y de las TIC así como la relación de dichas tecnologías y de la manera en que operan con la sociedad fue concebida por él como sociedad red, no obstante, como vimos, este concepto ha cambiado. Principalmente,

⁹ Candón - Mena destaca la importancia del modelo de democracia deliberativa en los procesos electorales: “En cuanto al voto mayoritario, el modelo de democracia deliberativa destaca la importancia del proceso previo de la forma.

porque las demandas de la sociedad contemporánea y las propias TIC e Internet también se han transformado. Así, por ejemplo, mencionamos antes el caso de la evolución del capitalismo informacional en capitalismo de la vigilancia.

Ahora bien, para comprender la manera (o maneras) en cómo influye Internet y las TIC en las deliberaciones políticas es importante señalar que, en primera instancia, de qué forma es posible concebir el ciberespacio. Del mismo modo que mencionamos arriba, éste es un lugar de acción política. Aquí es importante aclarar lo siguiente: *es un lugar virtual donde tiene lugar la acción política*.

Para este propósito, analizaremos el término de cibercultura (Rengifo Arias, 2019: 03. Dicho concepto engloba el impacto de la nueva versión de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (NTIC) en la sociedad contemporánea y, más precisamente, en la interacción humana. Por consiguiente, abordar las maneras en que ha cambiado la comunicación humana es relevante porque nos permite reconocer cómo se gesta el ejercicio de la opinión pública y las mutaciones de la esfera pública digital.

Más aún, nos interesa destacar de qué forma este impacto de las nuevas TIC y de Internet crearon una innovadora forma de esfera pública; en dicho escenario tiene lugar, además, esta *nueva* forma de acción política. Así, algunos movimientos sociales se han gestado en el espacio virtual y han logrado un alcance que es directamente proporcional a las herramientas digitales que ofrecen dichos medios. Por consiguiente, como lo señaló Habermas (1999: 87) estos espacios alternos se pueden considerar más libre puesto que no hay una intervención directa del Estado. No obstante, como señalamos en el segundo capítulo de la presente investigación, las críticas al planteamiento habermasiano sobre la esfera pública son pertinentes porque exhiben la importancia de incluir a grupos minoritarios que han sido desplazados del espacio público en el que tienen lugar las deliberaciones sobre asuntos públicos y políticos.

Además, es imprescindible agregar que, si bien la esperanza de que pueda consolidarse el consenso (de forma racional como lo defiende, por ejemplo, Habermas) sin que la comunidad comparta valores, formas de construir el discurso es, ciertamente, un desafío. Sin embargo, como menciona Candón – Mena estos discursos que han sido fragmentados o desplazados, por tratarse de debates que defienden fines que no comparte la mayoría, no deben quedar retiradas, sino que deben promoverse como discursos alternativos y fundados en las demandas que ellos mismo exigen: “(...) estas esferas públicas no tienen por qué permanecer aisladas, sino que, en particular en el caso de los movimientos sociales, y en general, intervienen también en el debate público general.” -y continúa- “Que la discusión se produzca en el seno de comunidades afines no significa que no se relacione con la pluralidad de opiniones que caracterizan el debate

público, simplemente que dicha intervención en la discusión global se produce por lo general de forma organizada, partiendo de una identidad, ideas y opiniones generadas en esferas particulares.” (*Íbid.*, 14)

Ahora bien, a esto debemos añadir que la comunicación humana ha experimentado cambios en su médula. Nos atrevemos a afirmarlo porque, cómo lo mostramos antes con la Revolución Tecnológica (RT) que desafió las maneras tradiciones de la constitución de vínculos en la interacción humana, con las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación no solamente la comunicación se ha transformado sino también las dinámicas de las relaciones humanas extendiéndose a distintas esferas de la vida (la salud, el bienestar socioemocional, relaciones personales, etcétera) y, con ello, la vida en sí misma se ha digitalizado.

Nos interesa destacar de qué manera el aspecto de la acción política ha cambiado a partir de la digitalización. ¿Podemos decir que en la era digital tenemos la libertad de decidir libremente sobre decisiones políticas? Es más, ¿tenemos la seguridad de que nuestras deliberaciones son libres, en el contexto del desarrollo (cada vez más veloz) de las Inteligencias Artificiales, y que, por lo tanto, podemos hacer un ejercicio *libre* de la democracia? Para responder a estas cuestiones, tal vez es importante destacar que el significado de libertad ha cambiado en la era del capitalismo digital. Así pues, como lo señala Shoshana Zuboff en este texto que hemos citado antes: “El capitalismo de la vigilancia h arraigado con tal rapidez que ha escapado a nuestra comprensión (a las de todos y todas, salvo por el caso de un corajudo cuadro de expertos legales y activistas entendidos en tecnología) y ha eludido nuestra aceptación y consentimiento expresos.” (*Íbid.*, 80). Más aún, las grandes corporaciones han ideado dinámicas que, incluso, parecen racionales. Zuboff nos advierte del peligro que dichos mecanismos desencadenan, puesto que ahora no solamente dirigen su atención a los usuarios como *materia prima* sino a su comportamiento: “Estos fenómenos desarrollados en los últimos años son más peligrosos, si cabe, porque no podemos reducirlos a categorías de daños ya conocidas -monopolio, violación de privacidad y, por consiguiente, prestan a ser solucionados con facilidad si se le aplican nuestras formas de combate ya conocidas.” (*Íbid.*, 81). De esta manera, podríamos agregar que, los procesos que subsumen la comunicación humana (y distintos aspectos de la vida), son peligrosos porque, además, exceden las capacidades humanas. Así, por ejemplo, superan la capacidad de almacenamiento de memoria y la rapidez con la que procesan la información. No obstante, no vamos a detenernos a abordar las posibilidades y diferencias cognitivas entre las inteligencias artificiales y las facultades humanas, es suficiente con señalar que dichos mecanismos son cada vez más sofisticados y susceptibles al perfeccionamiento tecnológico.

4.2. Deliberación política en la era digital

Como hemos visto, los debates sobre asuntos políticos y públicos han ganado un lugar en el terreno digital. Así mismo, el ejercicio de la democracia se *actualiza* por medio del uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación e Internet. De esta forma, la era del capitalismo digital no es sólo un contexto en el que las prácticas democráticas se ejercen, sino que, además, establece una serie de dinámicas. Más aún, como lo mostró Shoshana Zuboff tiene su *propia lógica*: “Llevan a cabo sus operaciones en secreto, con total indiferencia hacia las formas sociales o hacia las reivindicaciones individuales de unos derechos de decisión autónomos e inviolables. Con esas maniobras, se instauraron los mecanismos fundamentales del capitalismo de la vigilancia (2020: 117). Ella se refiere de forma específica a la lógica que se desencadenó por el descubrimiento de la empresa Google sobre el excedente conductual. Este consiste en el rastreo de los comportamientos de usuarios y usuarias de Google; de esta manera la publicidad ya no se basó únicamente en los clics a páginas, sino que desde entonces fue posible dirigir la publicidad a individuos específicos con gustos igualmente específicos.

De esta manera, es como se perfiló la lógica del capitalismo de la vigilancia. Antes de esto:

La publicidad había sido un juego adivinatorio, una cuestión de arte, relaciones, opiniones y prácticas establecidas, pero nunca una ciencia. La idea de poder trasladar un mensaje particular a una persona en concreto en el momento en que más probabilidades tendría de influir realmente en su comportamiento era —y siempre ha sido— el santo grial de la publicidad. (*Ibid.*, 112).

Ahora bien, la cuestión entonces es, ¿cómo influye esta lógica del capitalismo de la vigilancia en las transformaciones, actualizaciones, obstaculizaciones del espacio y de la opinión públicos? En este punto, una de las cuestiones centrales de nuestro trabajo de investigación: ¿es posible (y plausible) apelar por una revitalización del espacio público, siguiendo el planteamiento habermasiano, en la era del capitalismo digital? Y, ¿cómo ha cambiado, obstaculizado, la opinión y el espacio público en la sociedad contemporánea? A lo largo de la presente investigación, hemos intentado responder ambas cuestiones. Para cerrar con estas interrogantes, en primer lugar, recordemos que tanto la opinión como el espacio público están mediados no sólo por los medios de comunicación masiva (el radio, la televisión, notas periodísticas) sino ahora también lo está por los medios digitales que habitan la Web 2.0., las TIC (o, incluso, las NTC), Internet. Así pues, Internet es, en este sentido una red de redes digitales cuya capacidad ha ido en incremento (velocidad de

navegación), por lo cual podemos hablar de un nuevo cambio estructural del espacio público.

Una forma de comprender estas transformaciones y problemas producidos dentro del contexto de la Web 2.0., es articulando las distintas variaciones conceptuales que surgen desde el cambio de la comunicación humana. Así, por ejemplo, se menciona el caso de la blogosfera política: “La blogosfera política —todos aquellos blogs que canalizan actividades de comunicación entre actores políticos con finalidades políticas— representan una extensión del espacio público encaminada a informar, opinar, denunciar, movilizar o trabar compromisos.” (García Alonso; Ignacio Criado: 2012: 73). Por esta razón, podemos ver que la posición de la blogosfera política adquiere mayor relevancia en cuanto las prácticas políticas. Además, podemos ver lo siguiente: como ningún otro medio, los medios digitales permiten poner a prueba diferentes modelos de democracia (entre ellos, el modelo de democracia deliberativa), no vamos a exponer los casos empíricos que apoyan este argumento, sino que intentaremos proponer un modelo normativo desde dichos cambios.

Antes de ello, nos vamos a concentrar en destacar los elementos centrales del concepto de opinión pública y espacio público desarrollados por Habermas y que hemos expuesto al inicio de la investigación con el propósito de preparar el terreno para formular nuestra propuesta. Para Habermas, la opinión pública es clave en el proceso de deliberación democrática, pues él le confiere a ésta un significado normativo: la opinión pública es capaz de racionalizarse y legitimarse mediante el ejercicio del discurso argumentativo. De esta manera, el carácter normativo de la opinión pública es imprescindible para contribuir al proceso de democratización que, a su vez se compone de espacio públicos autónomos. Sin embargo, en la era del capitalismo digital, tal como hemos mostrado antes, las TIC, Internet, la Web 2.0 han transformado la opinión pública y el espacio público sino también la comunicación misma, a la que algunos investigadores prefieren llamar “comunicación hacia-afuera” (Pignuoli Ocampo, 2015: 4) cambiando, además, los procesos de comunicación digital y a las personas que interactúan en dichos procesos. Ahora bien, para Habermas las sociedades modernas democráticas en las que habitamos son dependientes del espacio público en cuanto mediador de en el cual es posible hallar en él repercusiones sobre posturas políticas y las participaciones de ciudadanas y ciudadanos. Como hemos señalado antes, desde la consideración de Habermas, las funciones del espacio público se pueden resumir en: evalúa, crítica e interviene en los asuntos políticos y públicos (Criado; García Alonso, 2012: 75). A pesar de que el planteamiento habermasiano sobre los procesos de democratización defiende el

ejercicio de deliberación política por medio de espacios públicos autónomos, como hemos visto, la presencia de las TIC, Internet y la WEB 2.0 han ganado terreno, incluso a los medios de comunicación anteriores, y transformado a la opinión pública. Por esta razón es importante proponer medidas para regular dichas plataformas digitales.

Ante esta preocupación surgieron conceptos para designar y estudiar de qué manera (o maneras) la Web 2.0 es capaz de cambiar este espacio de deliberación democrática:

“La irrupción de Internet y de las nuevas tecnologías provocó un inusitado interés por explorar las posibilidades que abren estas nuevas tecnologías en el funcionamiento del sistema democrático. Es en este contexto en el que aparecieron conceptos como el de e-democracia (u otros similares como el de ciberdemocracia o democracia electrónica).” (*Íbid.*, 76)

No obstante, una de las preguntas cruciales sobre las que valdría la pena detenerse en este momento es: ¿todas las TIC ayudan, transforman, obstruyen, al espacio público? ¿Hay alguna nueva tecnología que mejore a la esfera pública? Como sabemos, esta es una de las preocupaciones del planteamiento habermasiano. No obstante: “Habermas blamed the rise of modern mass media for privatizing civic life and turning citizens into consumers. Critics have suggested that Habermas underestimated the barriers to participation in this historic public sphere.” (Jenkins; Thorburn, 2003: 8). Podemos ver entonces que la preocupación de Habermas sobre los medios de comunicación (tradicionales) y el advenimiento de nuevas tecnologías está justificada, sin embargo, como hemos visto, dichas tecnologías han revolucionado la manera de interactuar, de hacer pública la opinión. Más aún, ya no podemos hablar de *una sola* opinión pública sino de *diversas opiniones públicas*.

Henry Jenkins y David Thorburn continúan su crítica al planteamiento habermasiano: Economic factors, for example, determined which citizens would have access to a printing press; social factors determined which citizens could exert influence at town meetings. The democratic ideals of the earlier public sphere were compromised by the disenfranchisement of women, minorities, and the poor. Similarly, the promise of a new public sphere depends of whether technical, economic, and cultural barriers to full participation —the so called digital divide— can be overcome. Network computing offers potential resources for community building, yet how those resources are used depends of whether society embraces the civic ideals essential to a viable public sphere. (*Íbid.*, 9)

De esta manera, si bien las herramientas tecnológicas han facilitado la comunicación humana, ampliado los horizontes de su interacción y transformado el espacio y opinión públicos, sin embargo, es importante que defendamos un conjunto de normas cívicas que, a su vez, sean legítimas en este contexto de los medios digitales. Por esta razón, es la sociedad quien debe acoplarse a dichas normas que son ideales para constituir una esfera pública actualizada y viable. No obstante, hemos visto que las dinámicas del sistema democrático y las herramientas que aporta Internet, las TIC y la Web 2.0 no encajan precisamente. Incluso valdría la pena preguntarnos si, efectivamente, podrían encajar alguna vez permitiendo esa actualización de la esfera pública o si, en otro caso, se necesita desarrollar una tecnología que se acople más a la intervención de las ciudadanas y los ciudadanos. Es decir, una tecnología que sea más susceptible de vigilar y de hacer cumplir estas normas.

Mientras la democracia nos conduce a un escenario de deliberación, prudencia e interacción parsimoniosa, con gran derroche de tiempo, la revolución tecnológica se caracteriza precisamente por la rapidez que imprime a todo con lo que entra en relación. Mientras la forma digital de razonar es muy simple, binaria, buscando siempre la elección entre “A” o “B”, entre “Sí” o “No”, el razonamiento político trata de bucear en la complejidad sacando a la luz los matices y formas distintas de ver el problema. Ante el dilema de “A” o “B”, puede buscar las respuestas en “ambos” o en “ninguno”, “o en estas no son las respuestas al problema” o incluso “en este no es el problema”. (*Subirats*, 2002: 2). La cita anterior señala algo clave: la discordancia entre el lenguaje político (complejo) y el lenguaje digital (binario, simple) es importante para entender que las normas pueden no escalar este terreno digital. Esto es que, si en algún momento alguien decidiera, por ejemplo, programar un sistema algorítmico capaz de “leer” y “aplicar” las aseveraciones normativas y, por consiguiente, legítimas, sin embargo, la diferencia del lenguaje haría de esto solamente un experimento. Por ello, es mejor constituir este sistema normativo con las personas y para las personas que usan los medios digitales. Pues no se trata de “educar” a las herramientas tecnológicas sino apelar por la racionalidad y legitimidad de las personas. Digámoslo así, en su propio lenguaje que después usaran en las plataformas digitales.

Conclusiones

A manera de conclusión, vamos a recapitular los puntos más relevantes de esta investigación. En primer lugar, nuestro propósito inicial era mostrar de qué manera (o maneras) las TIC,

Internet, la Web 2.0 y el capitalismo digital han contribuido a cambiar estructuralmente al espacio y la opinión públicos, para ello, el marco teórico es el modelo de democracia deliberativa de Habermas pues consideramos que es el más apto en el contexto de los medios digitales.

No obstante, para actualizar dicho modelo de democracia deliberativa era necesario, primero, hacer una revisión crítica de él. Así pues, destacamos las críticas: feminista, multiculturalismo y de contra-esferapública que ponen de relieve la importancia de integrar a los grupos minoritarios a la participación de las ciudadanas y ciudadanos en los procesos democráticos. Posteriormente, para comprender la diferencia marcada por la Revolución Tecnológica con respecto a las formas anteriores de hacer democracia (y, por tanto, hacer política y preparar a la opinión pública), hicimos una reconstrucción de los estudios sociológicos de Manuel Castels, Niklas Luhmann, Dirk Beacker y Shoshana Zuboff para acercarnos a las diferenciaciones entre los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión, imprenta) y los medios digitales (Internet, TIC, Web 2.0) con el propósito de situar las transformaciones, obstrucciones, estructurales del espacio y la opinión pública.

Es preciso que recordemos algunos puntos importantes que es preciso desarrollar en adelante: I) no es posible hablar de una interacción “libre” de las usuarias y los usuarios de las plataformas de la Web 2.0, en el sentido genuino de la palabra, debido al control de grandes corporaciones como Google o Facebook. II) Es importante resaltar las movilizaciones sociales como una consecuencia del impacto de las redes sociales en las personas que, o bien sirven para reunir a los actores políticos con fines políticos, o funcionan para desorientarlos en sus decisiones políticas, debido a la aparición de las *Fake news*. Así pues, en este punto también nos interesa mostrar el “lado negativo” de la Web: la difusión de información falsa, la Deep Web, trata de personas, etcétera. III) Otra cuestión relevante es que si bien, internet tiene un alcance global, en diversos países de América Latina muchas personas no tienen acceso a este servicio y, por tanto, se establecen relaciones de exclusión.

Pues bien, a continuación, desarrollaremos estos puntos. (I) Shoshana Zuboff nos advierte que, desde el inicio de Google, esta empresa ha ingeniado formas para mantener su dominio. Así, ella señala la introducción de internet en la vida cotidiana y «el milagro de Apple» (2020: 64) son dos aspectos que cambiaron el futuro de las sociedades occidentales contemporáneas. La lógica de Apple, a la que se subordinó la misma empresa, generó una serie

de problemas y dinámicas que posteriormente fueron implantadas por otras compañías²¹, de esta manera, fue una de las pioneras en aprovechar el descubrimiento del genuino interés de los usuarios respecto a los productos tecnológicos que Apple ofrece al mercado: “La «inversión» de Apple implicaba la existencia de unas relaciones fiables basadas en la defensa de un ideal social y en la reciprocidad, que se inscribían en un determinado alineamiento entre las operaciones comerciales de la empresa y los intereses genuinos de los consumidores.” (*Íbid.*, 70). Más adelante, Zuboff señala que, la tecnología, al “entrometerse demasiado en nuestras vidas”, afectó incluso nuestra manera de percibir las dinámicas propias del mercado en el mundo real (o físico), sin embargos estas mismas maneras se trasladaron a lo digital. Es Apple, Google, Facebook, empresas que apostaron por desplazar esas maneras de operación mercantil al terreno de lo digital. No obstante, ahora tenían una herramienta más poderosa: estaba a su servicio la privacidad de los usuarios¹⁰. A partir de este momento, la dirección del capitalismo informacional cambió: ahora los usuarios solo tendrían la opción de aceptar o rechazar las políticas de privacidad de Facebook. De esta manera, la exposición de los datos privados, como hemos señalado antes, se transformó en la materia prima del capitalismo de la vigilancia. ¿Por qué esto representa un riesgo para las usuarias y los usuarios de la Web 2.0? Zuboff expone de forma sucinta los motivos por los cuales la implementación de las estrategias de venta de estas corporaciones representa un peligro para nosotros porque, en primer lugar, podría resultar, incluso, razonables dichas dinámicas. Al interactuar en las plataformas y hacer búsquedas de servicios y productos, parece “lógico” que el registro de nuestra navegación en la Web se guarde y que sea usada luego para mostrarnos servicios similares.

Estos fenómenos desarrollados en los últimos años son más peligrosos, si cabe decir, porque no podemos reducirlos a categorías de daños ya conocidas —monopolio, violación de la privacidad— y, por consiguiente, no se prestan a ser solucionados con facilidad si se les aplican nuestras formas de combate ya conocidas. Los nuevos perjuicios a los que nos enfrentamos entrañan ataques a la sagrada inviolabilidad del

¹⁰ Sin embargo, como vimos antes siguiendo la propuesta y el análisis exhaustivo de Zuboff, el capitalismo de la vigilancia mantiene un “sigiloso” vínculo con las empresas de tal modo que nuestros datos son compilados por grandes corporaciones no sólo como fuente de ingreso sino como fuente de futuro capital (2020: 66).

individuo, y entre los principales elementos atacados, considero que están los derechos elementales que tienen que ver con la soberanía individual [...]. Cada uno de estos derechos invoca una reivindicación de la capacidad de acción del individuo.

BIBLIOGRAFÍA

A. Primaria

Habermas, Jürgen, (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns. Band I. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*. Suhrkamp, Frankfurt am Main. (tr. Esp. *Teoría de la acción comunicativa, I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. España, Taurus.)

_____, (1983): *Moralbewusstsein und Kommunikatives Handeln*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. (tr. Esp. *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, España, Ediciones Península.)

_____, (1989), *El discurso filosófico de la modernidad*, Madrid, Taurus.

_____, (1992, 1994): *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. (tr. Esp. *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático en términos de teoría del discurso*, España, Trotta, 2005; 363-485).

_____, (1994), *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, España, Gustavo Gili GG.

_____, (1996): *Die Einbeziehung des Anderen*. (tr. Esp. *La inclusión del otro. Estudios sobre teoría política*, España, Trotta, 1999; 237- 265)

_____, (1997), *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, España, Cátedra Teorema. (19- 161)

_____, Rawls, John, (1998), *Debate sobre liberalismo político*, España, Paidós.

B. Secundaria

Barber, Benjamín (2004), *Democracia fuerte. Política participativa para una nueva época*, Madrid, Editorial Almazara.

Benhabib, Seyla, (1996), *Democracy and Difference. Contesting the Boundaries of the Political*, New Jersey, Princeton University Press.

Bohman, J., (1996), *Public Deliberation: Pluralism, Complexity, and Democracy*, Cambridge, MA: MIT Press.

_____, J., (2004), *Expanding Dialogue: The Internet, The Public Sphere and Prospects for Transnacional Democracy*, en The Editorial Board of The Sociology review, Blackwell Publishing (131-155).

Dryzek, J., (1990), *Discursive Democracy: Politics, Policy, and Political Science*, Cambridge: Cambridge University Press.

Elster, Jon (1992), *La democracia deliberativa*, Barcelona, España, Gedisa.

- Gaus, G., (2011), *The Order of Public Reason: A Theory of Freedom and Morality in a Diverse and Bounded World*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Laclau, Ernesto; Mouffe, Chantal, (2004), *Hegemonía y estrategia socialista*, Madrid: FCE.
- Luhmann, N., (2006): *La sociedad de la sociedad*. Trad. Javier Torres Nafarrate. México: Herder. (Pp. 145-280)
- _____, (2007): *La realidad de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Anthropos/ Universidad Iberoamericana.
- Mouffe, Chantal, (1999), *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Barcelona, España, Paidós.
- (2012): Pignouli Ocampo, S. “Digitalización y Convergencia Tecnológica desde el punto de vista sociológico de la Teoría General de Sistemas Sociales.” Buenos Aires: en Revista *Gestión de las personas y tecnología*, No. 13.
- Simondon, Gilbert, (2007): *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Argentina: Prometeo.
- Torres, Soriano, M., R., (2013): “Internet como cambio político: ciberoptimistas y ciberpesimistas” en Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos, No. 1 (8-32)
- Virilio, Paul, (1997), *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Walzer, Michael, (2010), *Pensar políticamente*. Barcelona: Paidós.
- _____, (2013), *Razón, Política y pasión: 3 defectos del liberalismo*. Argentina: La balsa de la Medusa, 143.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00436

Matrícula: 2203801836

Racionalidad Deliberativa y
Esfera Pública: un Estudio
del Espacio Público en la
Era del Capitalismo Digital.

En la Ciudad de México, se presentaron a las 12:00 horas
del día 10 del mes de enero del año 2023 en la Unidad
Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los
suscritos miembros del jurado:

DR. GUSTAVO LEYVA MARTINEZ
DR. JOSE LIRA ROSILES
DR. ALEJANDRO NAVA TOVAR



DANIELA LOPEZ MARTINEZ
ALUMNA

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de
Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen
de Grado cuya denominación aparece al margen, para la
obtención del grado de:

MAESTRA EN HUMANIDADES (FILOSOFIA)

DE: DANIELA LOPEZ MARTINEZ

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del
Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad
Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado
resolvieron:

APROBAR

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó a la
interesada el resultado de la evaluación y, en caso
aprobatorio, le fue tomada la protesta.

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CSH

MTRO. JOSE REGULO MORALES CALDERON

PRESIDENTE

DR. GUSTAVO LEYVA MARTINEZ

VOCAL

DR. JOSE LIRA ROSILES

SECRETARIO

DR. ALEJANDRO NAVA TOVAR