



Reflexión Política

ISSN: 0124-0781

ISSN: 2590-8669

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Cuellar Rivero, Rubén; Turiño González, Emma
Las limitaciones de las teorías normativas de la Opinión
Pública en la realidad informativa y política del siglo XX y XXI
Reflexión Política, vol. 23, núm. 48, 2021, Julio-Diciembre, pp. 70-79
Universidad Autónoma de Bucaramanga

DOI: <https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11070639006>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

UNAM redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Las limitaciones de las teorías normativas de la Opinión Pública en la realidad informativa y política del siglo XX y XXI

The limitations of the normative theories of Public Opinion in the informative and political reality of the 20th and 21st centuries

Rubén Cuellar Rivero 

Universidad de Salamanca, España
rubencuri@usal.es

Emma Turiño González 

Universidad de Salamanca, España
emma1997_@usal.es

Resumen

La comunicación política es un área de conocimiento, en el estudio de la opinión pública (Public Opinion), inherente a la Ciencia Política. Numerosos intelectuales a lo largo de la historia han defendido una comunicación política que abandere la responsabilidad cívica y presente un carácter democratizador, en aras de ser prudentes con el tipo de opinión pública que se construye en una sociedad. En este trabajo se plantea un análisis crítico en forma de recensión, con un enfoque hermenéutico interpretativo que revise las tensiones y posturas teóricas en el s. XX y de paso a una pregunta de investigación. ¿Ha facilitado la revolución tecnológica de Internet en el s. XXI aquellas aspiraciones democratizadoras necesarias para la tarea informativa?

Palabras clave: Comunicación política, Opinión pública, Información, Democracia, Revolución Tecnológica

Abstract

Political communication is a field of knowledge in the study of public opinion, inherent to Political Science. Numerous intellectuals throughout history have defended a political communication that seeks to promote civic responsibility and presents a democratizing character, in order to be cautious with the type of public opinion that is built in a society. In this paper we propose a critical analysis as a review with an interpretative hermeneutic approach, reviewing the theoretical tensions and positions in the 20th century, giving way to a research question: Has the technological revolution of the Internet in the 21st century helped those democratizing aspirations necessary for the informative task?

Keywords: Political Communication, Public Opinion, Information, Democracy, Technological Revolution

Artículo: Recibido el 30 de abril de 2021 y aprobado el 7 de junio de 2021

Cómo citar este artículo:

Cuellar Rivero, R. & Turiño González, E. (2021). Las limitaciones de las teorías normativas de la Opinión Pública en la realidad informativa y política del siglo XX y XXI. *Reflexión política* 23(48), pp. 70-79. doi: <https://doi.org/10.29375/01240781.4140>

1. Pesos y contrapesos. Opinión pública, comunicación política y democratización

El hito histórico de la popularización y la consolidación del Internet como herramienta insustituible para la comunicación en nuestros tiempos obligan a recuperar el debate clásico sobre las características de la comunicación política, así como las complejas conceptualizaciones alrededor de la opinión pública. El pasado siglo ha dejado una herencia teórica compleja, en armonía con lo inestable del siglo de las dos grandes guerras. En este trabajo se plantea una revisión de los postulados más relevantes del s. XX y su pertinencia para el análisis contemporáneo, dialogando con los grandes referentes de la disciplina. El objetivo es reflexionar sobre los grandes aciertos de los autores y autoras que dan cuerpo a nuestro marco teórico y dar paso a una discusión sobre su vigencia con una ambiciosa pero necesaria pregunta de investigación: ¿ha facilitado la revolución tecnológica del Internet en el s. XXI las aspiraciones democratizadoras necesarias para la tarea informativa que resaltaron los autores clásicos?

1.1. Contextualización histórica. La progresiva construcción del escenario facilitador.

Desde mediados del s. XIX la cuestión política y gubernamental fue paulatinamente dejando de pertenecer únicamente a las élites nobiliarias y económicas. Siguiendo a Samuel P. Huntington (1994), la primera ola de democratización fue consecuencia de una concatenación de procesos complejos y de largo recorrido que podrían resumirse en varios eventos. Entre los más relevantes estarían: el ocaso progresivo del absolutismo en Europa; las oleadas revolucionarias, mayoritariamente de corte liberal (empezando por la Revolución Francesa y por la Guerra de Independencia de EEUU); la evolución desde el antiguo régimen económico hacia el nuevo sistema económico capitalista industrial; la emergencia y expansión de los nacionalismos; la organización de los movimientos obreros y posteriores partidos socialistas y sindicatos y la consecuente extensión de los derechos políticos (como el de asociación y el de sufragio activo y pasivo universal); la aparición y proliferación de la prensa y los primeros medios de comunicación contemporáneos y, por último, las primeras políticas públicas estatales. Estos procesos no se desarrollan de manera homogénea en todos los lugares, al lidiar cada país o territorio con una particularidad histórica, política y sociológica que alteraba la posibilidad del reconocimiento uniforme de derechos a las masas populares. El grado de alfabetización y la penetración de las nuevas ideas del capitalismo decimonónico son dos de las variables fundamentales que explican las distintas transformaciones y el carácter de su implementación.

Progresivamente, la ciudadanía iba reconociendo su derecho a la información, encontrando cada vez más interés en aquello que se tejía en las altas esferas del poder y la política. Entre mediados del s. XIX y principios del s. XX, el acceso a esta información política se caracterizaba por la disparidad de fuentes de información en función del país de referencia. Mientras que, en Reino Unido, Francia o EEUU, se consolidaban los primeros medios de comunicación en un mercado incipiente, en los regímenes semiliberales del sur de Europa, el principal acceso a la información política venía de los partidos y los sindicatos. Estos últimos se han entendido como actores profundamente relevantes por facilitar la acción comunicativa en un periodo caracterizado por la escolarización limitada y una prensa más próxima a las élites económicas, políticas y culturales que a los estratos más bajos de la sociedad.

Hacia 1920, la ciudadanía se acercaba curiosa a un extraño artefacto que atrapaba voces lejanas: la radio. Una década más tarde comenzó la consolidación de lo que habría de entenderse por “telecomunicación”, rompió la barrera de la distancia y facilitó que cada vez más gente tuviese acceso a una información amplia y plural. Sin embargo, así como la radio extendió la posibilidad de acceder a la información política en las democracias occidentales, también fue un canal predilecto para la propaganda política en los nuevos regímenes totalitarios de los años 30 y 40. Por otra parte, la imagen con sonido del cine mostró principalmente su faceta propagandística, aunque esta combinación audiovisual tuvo su apogeo con la invención de la televisión que fue un punto de inflexión y un incuestionable hito histórico en lo que respecta a la comunicación política, el periodismo y, en última instancia, la cultura.

El carácter de aquel avance democrático y comunicativo ya en el s. XX tuvo que ver con la evolución de los sistemas políticos liberales censitarios hacia la toma de decisiones por parte de muchos (frente a unos pocos), con el establecimiento de mecanismos políticos institucionales (como los sistemas electorales), y con la extensión de los derechos fundamentales cívicos y políticos, entre ellos son paradigmáticos el derecho de asociación y de sufragio pasivo y activo. En relación con la comunicación política, concepto de fronteras difusas, es difícil proponer una definición integral. Se puede entender la comunicación política como un conjunto de normas, técnicas y procedimientos para trasladar e intercambiar mensajes, cuyo objetivo es influir en los actores políticos, principalmente en el ciudadano-elector, la élite política y los medios de comunicación.

Siguiendo la obra de Nimmo y Sanders (1981), la comunicación política nace como disciplina académica a mediados del s. XX, en el auge de otras ciencias sociales. La Segunda Guerra Mundial marca indudablemente un punto de inflexión que condicionó enormemente el tipo de tareas asignadas a las jóvenes disciplinas. El gran proyecto social de la época tenía que ver con conocer mejor la realidad política, más allá de la mera contemplación, con el fin de intervenir eficazmente para modificarla. Esta modificación buscaba diseñar un mundo predecible, funcional y democrático. Aunque se pueden encontrar pautas características de la disciplina (o saber práctico) en escenarios políticos de siglos atrás, es imprescindible diferenciar aquella comunicación política de la versión contemporánea y académica actual, que se centra en las particularidades de nuestro mundo moderno (funcionamiento de los medios de comunicación en su ecología; sus relaciones con la política, la cultura y el entretenimiento; el análisis de los roles de los distintos actores políticos, etcétera). De esta manera, la comunicación política puede entenderse como una herramienta que ayuda a explicar y a comprender mejor la realidad de la opinión pública. Al ser la segunda esencialmente plural y asimétrica, no en pocas ocasiones se ve matizada por las estrategias comunicativas institucionales, mediáticas y culturales. ¿Y qué habría de entenderse, entonces, por opinión pública?

Aunque pueda ser tentador establecer el origen de la opinión pública en tiempos de Heródoto o Tito Livio, en la mención al “favor

popular” que hace Maquiavelo en El Príncipe, no se puede hablar de Opinión Pública (en mayúsculas) hasta que no se remueven las estructuras de los regímenes absolutistas estamentales, se establece la secularización de la sociedad y se reconoce formalmente la libertad de expresión. Estos tres últimos requisitos solo fueron posibles por primera vez, aunque de manera incompleta, una vez superado el primer embate revolucionario del liberalismo político a finales del s. XVIII (Bodillo, 1987). El cambio de régimen económico y el cambio en las condiciones materiales del anteriormente conocido como “pueblo llano no-burgués”, a través de la imprescindible tarea pedagógica de alfabetización de las masas, supusieron causas necesarias para la consolidación de la Opinión Pública como se entiende hoy en día.

1.2 “Escuelas” de la Opinión Pública en el siglo XX: entre la teoría normativa y el acercamiento empírico-deductivo

Las palabras “democracia”, “comunicación” e “información” fueron ligadas por quienes entendían el peligro de promover un estado de las cosas en el que se informase de manera sesgada con el fin de manipular interesadamente a la opinión pública. Una de las primeras aproximaciones contemporáneas a esta problemática, enfocada desde una perspectiva teórico-empírica, la realizó el periodista Walter Lippmann en su obra *Public Opinion* de 1922. En ella discutió acerca del proceso de formación de la opinión y el papel de los medios de comunicación de la época en este proceso, gran parte de los postulados de la obra siguen siendo válidos para los estudios actuales casi un siglo después. Según Lippmann (2011), los medios de comunicación trasladan a la ciudadanía una realidad que no pueden experimentar de forma directa, funcionando metafóricamente como “ventanas” al exterior, dando sentido a lo que él conceptualizó como pseudoentorno. Esto no debe confundirse con que la información trasladada sea falsa o tergiversada per se. Lippmann busca señalar cómo la particularidad del canal de transmisión hace que el mensaje no sea propiamente “realidad”, sino una representación acomodada de la misma.

Con ello, los medios crearían imágenes próximas pero inexactas, que posteriormente los individuos incorporarían para formar sus opiniones individuales sobre lo público. Bajo esta



argumentación podría entenderse que la opinión pública no es, en principio, fruto del razonamiento aislado del individuo para consigo mismo, si no de un procesamiento cognitivo complejo que permite procesar la información recibida (Rubio, 2009). Lippmann (como se citó en Pariser, 2017) entendió la importancia decisiva de los procesos de socialización, la carga valorativa de los estereotipos y la influencia de los medios en la construcción de la opinión pública.

Todo aquello que los críticos más perspicaces de la democracia han alegado es cierto, si no hay un suministro regular de noticias relevante y digno de confianza. La incompetencia y la falta de rumbo, la corrupción y la deslealtad, el pánico y el desastre final deben llegar a cualquier persona a la que se le niegue un acceso contrastado de los hechos (Pariser, 2017, p.35).

El anclaje de las dicotomías información/desinformación e imparcialidad/parcialidad se remonta a la retórica y la poética de los sofistas griegos del s. V a. C. Hace apenas sesenta años ni siquiera podía advertirse cuál iba a ser el nivel de expansión global que alcanzarían las comunicaciones a través de la red, ya que apenas se lograba intuir lo que llegarían a suponer un “nivel global”. Lo verdaderamente paradigmático es que los núcleos problemáticos de las reflexiones clásicas de la comunicación política del s. XX —e incluso, las clásicas de aquella citada Antigua Grecia, con Aristóteles— siguen hoy presentes y encauzan las reflexiones sobre los retos del ámbito informativo y político. Continúa Lippman al respecto:

“Just as the most poisonous form of disorder is the mob incited from high places, the most immoral act the immorality of a government, so the most destructive form of untruth is sophistry and propaganda by those whose profession it is not report the news” (Lippmann, 1920, p.10)

Es notable la importancia que le da el teórico al sentido ético y a la responsabilidad cívica que debieran ser inherentes a todos los periódicos y entidades privadas o públicas cuya labor fuese informar. Sin embargo, la particularidad del momento histórico en el que nace la Ciencia Política y la Comunicación Política como subrama, no responde únicamente frente a los nuevos principios y necesidades democráticas ensalzadas después de la Segunda Guerra Mundial. Esta particularidad

también tuvo que ver con la lucha persistente por el poder en la arena política estatal e internacional propia de la Guerra Fría, batalla en la que desempeñaron un rol fundamental los medios de comunicación, a través del tratamiento y difusión de la información política con determinados atributos (McCombs, 2005) o encuadres (Entman, 1993).

La opinión pública no se entiende solo desde el juicio de la teoría normativa que postula el eterno “debería ser” para la construcción de una democracia sólida. La dimensión práctica o deductiva que la estudia también se vale de instrumentos y técnicas que permiten conocer, desde la óptica cuantitativa y cualitativa el detalle de patrones o tendencias fundamentales para comprender la dimensión política de lo informativo, como puede ser el estudio de las cuotas de poder en la estructura estatal tras unas elecciones. El desarrollo teórico en materia de comunicación política y opinión pública, hasta la década de los años veinte del s. XX se bifurca, por un lado, en la perspectiva liberal heredera del pensamiento ilustrado revolucionario —que la caracteriza como racional, general, pública y funcional (Bodillo, 1987)— y por otro lado, en la perspectiva que podría denominarse como pluralista que es resultado de las limitaciones de la visión liberal a partir de la segunda mitad del s. XIX y se caracteriza por considerar a la opinión pública como fragmentada, organizada, canalizada y particular (Bodillo, 1987).

A partir de 1930 empiezan a aparecer los primeros estudios de opinión de las masas a través de las encuestas, son algunos de los primeros ejercicios analíticos y sistemáticos con datos empíricos que sentaron las bases de un nuevo proceder.

La vertiente racionalista del filósofo y sociólogo Jürgen Habermas (1974) es fundamental para el presente objeto de estudio. Uno de los elementos principales de su conocida propuesta es el papel de la democracia deliberativa. Los conceptos de esfera pública y opinión pública son construidos cuidadosamente a través de una extensa revisión histórica, incluyendo aportaciones de otros intelectuales relevantes para esta área de conocimiento, como Hannah Arendt. Para Habermas (1974), el espacio público contemporáneo no es necesariamente un espacio físico en el que los ciudadanos deban personarse. Más bien, se caracteriza por la posibilidad de una conversación pública y libre entre los individuos

sobre las cuestiones que afectan a lo común, o por reflexiones que guarden relación “con los objetos que dependen de la praxis del Estado” (p.49-55).

Sin embargo, tal y como apunta Boladeras (2001), Habermas reconoce las limitaciones de esta opinión pública, que aun constituyendo un “eje de cohesión social, de construcción y de legitimación o deslegitimación política” (p.53), también puede ser manipulada y deformada por la incidencia de los medios de comunicación que, aun operando habitualmente como instrumentos legítimos en el intercambio de información, en ocasiones responden a “intereses privados y privilegiados” (Boladeras, 2001, p.61) frente a la ciudadanía.

El racionalismo de Habermas chocaría frontalmente con intelectuales como Elisabeth Noelle-Neumann (1995), y su Teoría de la Espiral del Silencio. Esta teoría postula los términos en los que los individuos se adhieren a las corrientes de opinión mayoritarias sobre lo aceptable o no aceptable, por miedo al aislamiento social.

Como se puede comprobar, hay variedad de enfoques, posturas y escuelas a través de las que estudiar y comprender la opinión pública. En este trabajo se entiende que la aportación de Lippmann (2011) es fundamental, lo que lo consolida como referente y protagonista que ayudará a encauzar la presente reflexión, debido a su gran impacto en las investigaciones de comunicación política tanto del s. XX como las contemporáneas, y debido asimismo por su gran peso teórico dentro del campo de la sociología y la Ciencia Política.

1.3 Nacimiento y consolidación de las dinámicas de los mass media

A mediados del s. XX la televisión dio el paso para consolidarse como uno de los medios más populares entre la población. Este nuevo panorama informativo ya no podía ser explicado en su totalidad por aquellas teorías que sirvieron en el estudio del uso de la propaganda durante la guerra, como era la teoría de la aguja hipodérmica de Harold Lasswell, denominada así por Lazarsfeld y Katz (1955).

Una nueva teoría nació en 1944, discutiendo lo totalizante de la penetración de la información a través de los medios de comunicación. Este avance exploró los mecanismos de resistencia individuales, mecanismos que no tenían que ver necesariamente con una resistencia consciente, individual y crítica, sino con factores contextuales y sociales. En

concreto, la penetración de la información en los individuos no es tal, debido a que, a su vez, estos están sometidos en su entorno a una gran cantidad de estímulos y a fuentes de información variadas que mitigan los “efectos directos”. La reflexión se consolidó a partir del estudio de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) y podría considerarse el origen de la teoría de los efectos limitados de los medios de comunicación.

Como se puede apreciar, uno de los principales ejes conflictivos en la discusión teórica sobre la comunicación y la opinión pública tiene que ver con el clásico problema de los universales del sujeto-objeto. En concreto, dentro de la literatura específica, la discusión se centra en el grado de autonomía que se presume del individuo a la hora de conformar su juicio crítico, dejando de lado —o no— la influencia de los medios de comunicación. Algunas teorías hacen hincapié en la importancia de los procesos de socialización y la influencia del entorno, otras apelan directamente a la capacidad individual para complejizar o discutir el punto de partida de la información ya mediatizada, otras entienden al sujeto como completamente maleable y vulnerable frente a la presión de la opinión pública generalizada, etcétera.

Sin embargo, el problema del grado de autonomía en el juicio crítico del ciudadano no se enfrenta hoy al mismo panorama informativo que caracterizaba al s. XX. Un complejo entramado de empresas y entidades privadas ofrecen una amplia gama de productos informativos que penetran con eficacia en cada vez más segmentos de la población. En un primer momento, resultaría complicado entrever cómo tal diversidad podría no favorecer el carácter democratizador de la comunicación política. Discutiendo esta premisa, al inicio del último cuarto de siglo XX, apareció uno de los trabajos más relevantes para la comunicación de los últimos cincuenta años: el estudio de McCombs y Shaw de 1968 y publicado en 1972 que recibió el nombre de “*The Agenda-Setting Function of Mass Media*”. Los autores buscaron explicar la función de la “fijación de agenda” que hacían los medios de comunicación. A lo largo de su investigación, fueron percatándose de la profundidad que tenía lo que en un momento pretendía ser un estudio meramente descriptivo, dando paso a una teoría compleja del operar mediático. McCombs y Shaw fueron fuertemente influenciados por Walter Lippmann, compartieron a lo largo de sus reflexiones la premisa



de la capacidad de los medios de dibujar imágenes mentales sobre la realidad.

La hipótesis central de la teoría de la *agenda setting* postula que, con el tiempo, los temas que los medios de comunicación seleccionan como más importantes, acaban influyendo en los temas la agenda (pública) de los ciudadanos (McCombs, 2005). Además, esta influencia no se manifiesta únicamente sobre el qué pensar, sino también sobre cómo pensarlo. El primer “nivel de agenda” es entendido por los autores como aquello relativo a la tematización y priorización de temas. El segundo, fue conceptualizado como “agenda de atributos”, refiriéndose a las características que presentan los objetos noticiables que selecciona el medio. Por último, el tercer “nivel de agenda” se refiere a las relaciones que establecen los ciudadanos entre los temas, los atributos y otras agendas. En ocasiones, se ha tendido a confundir el segundo “nivel de agenda”, el de atributos, con la teoría del *framing*, procedente de la sociología interpretativa. Entman (1993) la define como la acción de dar más relevancia a unos aspectos de la realidad percibida sobre otros, de manera que se promueva una determinada manera de observar un problema, acompañado de pistas sobre cómo abordarlo.

Aunque el *framing* influyen en la Opinión Pública, no se puede hablar de una entidad monolítica. Los ciudadanos, como se viene argumentando, tienen ciertos mecanismos de resistencia, también detallados en la propia *Teoría de Agenda Setting*. Aún reconociendo los fuertes efectos de los medios de comunicación, McCombs y Shaw no los reconocen como “todopoderosos”, alejándose con ello de aquel espíritu de las teorías de *la bala mágica* o de *la aguja hipodérmica*. Podría llegar a interpretarse que, si la imagen de la realidad política se construye a través de un *frame* elaborado por los medios, el ciudadano no podría estar en la posición de formar parte de un debate crítico ni llevar a cabo un cuestionamiento profundo de aquello que sucede. Sin embargo, el ciudadano medio no tiene —en muchas ocasiones— interés ni recursos materiales para formarse una opinión sobre lo público al clásico estilo “ilustrado”.

En consecuencia, los medios se desempeñan en este trabajo, cumpliendo, en cierta medida, una función social y logrando que la información política sea de acceso público e igualitario. La particularidad del canal para la transmisión —televisión, radio, periódicos— no elimina necesariamente el filtro individual,

un conjunto de mecanismos cognitivos, valores, creencias y experiencias directas que articulan el efecto de los medios de comunicación. A final del s. XX y comienzos del s. XXI la revolución del Internet renovó las expectativas sobre la posibilidad de una comunicación verdaderamente horizontal que democratizase la información en dos sentidos: todos los puntos de vista están disponibles y toda la información puede llegar a la mayoría de la población.

2. La segunda revolución del internet y los posibles efectos sobre la opinión pública

Los espacios digitalizados modulan nuestras dinámicas de expresión colectiva y, por ende, las dinámicas propias de la comunicación política. La posibilidad de que tanto la nueva cultura de la red, como el punto de inflexión del internet hayan supuesto un cambio radical en cómo se entienden la opinión pública y la comunicación, ha sido un tema discutido ampliamente por numerosos teóricos.

Existen dos clásicos argumentos contrapuestos en este sentido. Gaetano Mosca hace dialogar a los referentes de esta disputa, entre ellos los optimistas como Ayers (Mosca, 2007) y los escépticos como Margolis (Mosca, 2007) para acabar confirmando su hipótesis: internet es un arma de doble filo. El distintivo del internet para este autor es la posibilidad abierta para dialogar (fingiendo horizontalidad) a la vez que se proporciona información, esta característica rompe con las dinámicas de los medios de comunicación tradicionales. El autor señala que esta revolución no ofrece tanta libertad como pareciera. El “de qué se habla” y el “cómo se habla”, según Marshall McLuhan en su obra *Understanding media: the extension of man* (1994), está determinado por la particularidad del canal de transmisión, más complejo, y que involucra al sujeto requiriendo proactividad y manejo del instrumento. El filósofo McLuhan es un referente indiscutible para la discusión sobre las características de esta sociedad de la información, padre de los conceptos “aldea global”, “medios fríos/calientes” y, uno de los más complejos, “remolino tecnológico y cultural”.

En otro sentido, a pesar de que el coste de los medios para lograr acceder a la red tiende a cero, el continente africano, ciertas zonas del Sudeste Asiático, parte de América Latina y demás poblaciones del Sur Global se encuentran al otro

lado de la “gran revolución”. Esta cuestión se aprecia en detalle al analizar qué particularidades tiene el usuario de internet en las últimas décadas. Aunque se ha hablado de la fuerza de la red para superar barreras sociales e ideológicas, la brecha digital es uno de los mayores problemas para quien pretende reivindicar este tipo de espacios digitalizados como un entorno favorecedor de la horizontalidad informativa.

La revolución tecnológica de los años setenta del pasado siglo fue consecuencia y a su vez causa de la perpetuación de aquellas dinámicas globalizadoras que se entretienen con el aspecto político-ideológico. Las lógicas globales capitalistas son el pilar que sustenta el “cómo” de la revolución tecnológica, lo cual se evidencia en el cambio de paradigma que supuso la transformación en la empresa, como puede ser la empresa-red que teorizó Manuel Castells (1999).

El nuevo paradigma no ofrece tecnología aisladamente. La dimensión cultural forma parte sustancial de la nueva forma de configurar “un sistema de valores, creencias y formas de construir mentalmente una sociedad” (Castells, 2002, secc. 2). Ni la “nueva era de internet”, ni los medios de comunicación tradicionales han logrado escapar en su desarrollo a las condiciones, en forma de posibilidades o límites, de la propiedad privada de los mismos. La potencia democratizadora de internet es, como poco, una cuestión difusa. Sin embargo, hace falta señalar las características específicas de lo que se ha entendido como la “segunda revolución del internet”, que atiende a los patrones de personalización e hipersegmentación a la hora de distribuir o proporcionar información.

El canal de distribución de información que caracteriza al ciberespacio de la red pudo modificar los términos de la comunicación. La bidireccionalidad implicaba que el sujeto ya no sería más —o no tendría por qué ser— un mero receptáculo de los estímulos e informaciones varias de los medios de comunicación tradicionales. Ahora, cabía la posibilidad de que los usuarios de internet fuesen prosumidores, creadores autónomos de información con capacidad para compartirla libremente. El protagonismo de los contextos mediáticos empezó a pertenecer en mayor grado a la ciudadanía, que tenía la oportunidad de actuar

como informante e informado al mismo tiempo. Ahora bien, ¿dónde reposa entonces la autoridad clásica del medio informante, que caracterizaba a la televisión y a la radio? ¿se había realmente disipado la unilateralidad de la lógica informativa?

Las empresas, corporaciones y grupos de investigación que lideraron este cambio tenían también intereses en la nueva y potente herramienta, y la posibilidad de obtener lucro económico a partir de ella tuvo grandes implicaciones en su papel futuro. Aquella posibilidad real del lucro se manifestó a destiempo y tuvo que ver con los rápidos avances que los equipos de investigación estaban logrando concretar, principalmente en los avances que tenían que ver con la “asistencia inteligente”. En un primer momento las empresas Microsoft y Apple no tuvieron éxito en el diseño¹, protagonizado por los ayudantes de escritorio “Bob” y “Newton” respectivamente, pero igualmente este fue un punto de inflexión que supuso una nueva mirada sobre los límites del internet como herramienta para la comunicación. Estos avances representan lo que en este trabajo se entiende como la “segunda revolución del internet”, la revolución de los algoritmos que abrieron la puerta a la era de la hipersegmentación informativa.

Otro de los grandes retos que afrontaron las compañías fue el reto del sobreflujo de información que empezaba a existir en la red. El equipo PARC, del Centro de Investigación de Palo Alto, presentó al mundo el instrumento que facilitaría la total personalización del contenido informativo para el usuario. Así se refiere Pariser en su libro “El Filtro Burbuja” a esta innovación:

Para seguir el flujo, el equipo del PARC comenzó a jugar con un proceso al que llamó «filtrado colaborativo», que se ejecutaba con un programa denominado Tapestry. Este rastreaba la reacción de las personas ante la enorme cantidad de e-mails que recibían: qué elementos abrían, a cuáles respondían y cuáles eliminaban (2017, p.21)

El impacto global que supuso esta herramienta no hizo que sus efectos fuesen homogéneos en la población. La asimetría siguió y continúa siendo un rasgo distintivo de los procesos de información a través de la red.

1. El periodista Dan Tynan en “The 25 Worst Tech Products of All Time” PC World”, un artículo periodístico con toques de humor, describe los 25 peores inventos y productos tecnológicos de todos los tiempos hasta la fecha. Entre ellos, y sirviendo de ejemplo en este texto, los “ayudantes de escritorio” Bob y Newton.



Para esta cuestión es imprescindible recuperar la teoría de los efectos limitados de Lazarsfeld y Merton e introducir una obra redactada por Joseph T. Klapper en los años sesenta, investigador reconocido que trabajaba en el mismo equipo de trabajo de Lazarsfeld, titulada *The effects of mass communication* (1960).

Aquella “selectividad” que señalaba Klapper dio paso a una teoría que se iría reformulando con el paso de las décadas, y que se conoce dentro de los estudios de comunicación como Teoría de la Exposición Selectiva. Las barreras entre el sujeto y la total acomodación de su opinión a lo enunciado por los medios tienen que ver con los límites impuestos por el proceso de socialización y por la proactividad del individuo en la búsqueda por contrastar (o contrarrestar) informaciones problemáticas para sus ideas o valores.

Hasta cierto punto, el núcleo de los debates y posturas que dicotomizaban los análisis durante el s. XX, en lo que tenía que ver con los procesos informativos, sigue hoy latente. Por un lado, el lugar que ocupa el sujeto en su suficiencia o aptitud para dar cuerpo a una opinión sólida, más allá de la influencia de los medios y, por otro lado, el contrapeso de los medios masivos y su capacidad para informar a la opinión pública.

En lo que concierne a la tarea democratizadora que señalaba Lippmann, las muchas posibilidades y ventajas que ofrece una información amplia, plural y que llega hasta los estratos más bajos de la sociedad, también se enfrentan al reto de la comunicación interesada, privada y sesgada. Los teóricos “optimistas” y los “pesimistas”, que estudian la capacidad de internet para lograr los retos comunicativos, siguen lidiando con estas dicotomías en sus análisis, pero con ciertas particularidades.

Así, surgen teorías como la llamada “*Filter Bubbles*” de Pariser (2017) y las “cámaras de eco”, las cuales cuestionan la capacidad de internet para democratizar la información, guardando cierta semejanza con la teoría que en su momento desarrolló Lasswell, pero a su vez con una gran diferencia por el contexto en el que se han desarrollado. Pariser trata de explicar a través de su teoría la actual imposibilidad de evitar la influencia de la hipersegmentación, debido al lugar tan relevante que han venido ocupando los dispositivos electrónicos en nuestro día a día, convirtiéndose en elementos indispensables o directamente

fundamentales tanto en la socialización primaria y secundaria, como en el posterior desempeño laboral. Además, la capacidad individual para contrarrestar o cuestionar la información cuando el canal era unidireccional (televisión, periódico y radio) tiene que ver con un cuestionamiento directo frente al medio “enunciante”. Hoy día la posibilidad de alternar entre contenidos, verificar o comprobar informaciones es una posibilidad que, aunque real, se materializa ya dentro de un marco personalizado, pero nunca frente al “todo informativo”.

3. Conclusión

A lo largo de este estudio se ha podido comprobar el gran desarrollo de los autores a través de teorías que buscaban explicar el panorama comunicativo regente, en función del momento histórico. Es fundamental entender la preocupación general de todos ellos, sean teóricos normativos o empíricos, por los efectos finales de los medios de comunicación y de la comunicación política en la opinión pública y en el funcionamiento de los regímenes democráticos, pues sin democracia la comunicación deviene en propaganda.

Walter Lippmann y su obra han sido presentados como conductores de este texto, cuya aportación impregna en mayor o menor medida la gran mayoría de estudios sobre comunicación y opinión pública del s. XX. Su aporte fundamental sobre el papel de los medios en la configuración de la opinión pública contrasta en este siglo con las posiciones racionalistas de Habermas o Arendt, al mismo tiempo que servía de base teórica para el desarrollo de la teoría del establecimiento de la agenda de McCombs y Shaw.

Estos últimos son dos de los representantes de los estudios empíricos de la comunicación política, más concretamente de las teorías de efectos potentes, pero no todopoderosos, no tan centrados en el “debería ser” si no en el “como es” y sus consecuencias para la opinión pública. A este grupo de estudios, se unen los trabajos previos de Lazarsfeld y Katz, quienes encontraron factores modulantes de los efectos de los medios de comunicación en el entorno social de la ciudadanía, enmendando así las primeras teorías de la comunicación que postulaban efectos estímulo-respuesta fuertes de los ciudadanos expuestos a la comunicación política de los medios y de las élites políticas.

Junto con las aportaciones de Elisabeth Noelle-Neumann y Eli Pariser, la mayoría de los autores entiende el proceso de configuración de la opinión pública más como un proceso de activación de mecanismos cognitivos altamente influenciados por el contexto y las socializaciones previas de los individuos, que como un proceso racional derivado del libre debate entre individuos que postulaban las primeras teorías con origen en la Ilustración, adaptadas por Habermas y Arendt, quienes postulaban la necesidad de espacios públicos para la deliberación ciudadana y la conformación de opiniones a través de mecanismos de democracia deliberativa. Tanto Lippman como Habermas y Arendt, mostraban una preocupación sobre la ética de la comunicación de los medios y reclamaban una responsabilidad para con las opiniones que se pretendían influir.

Todo lo que constituya un obstáculo para la libertad y la plenitud de comunicación levanta barreras que dividen a los seres humanos en bandos y camarillas, en sectas y facciones antagónicas y, por lo tanto, socavan el estilo de vida democrático (Dewey, 1998).

Internet no ha cumplido con las tareas que nos dejaron los intelectuales de la primera mitad del s. XX acerca de la imparcialidad, la relevancia y la necesidad de honestidad y verdadera voluntad de informar —que no manipular— desde los medios de comunicación. Pero no sería del todo desmedido afirmar que lo distópico del momento que nos acontece supera incluso la barrera de la desinformación, sin necesidad de pasar por la manipulación informativa.

La era de la hipersegmentación, la configuración y el desarrollo de agendas mediáticas completas e individuales no tiene por qué verse como un estado que favorece necesariamente la “desinformación”, ya que el propio individuo, a través de la configuración de su dispositivo electrónico, la venta masiva de sus preferencias a través de los algoritmos y la “señal de clic”, conoce la realidad que él decide conocer. No hay una manipulación del medio, sino una desinformación fruto de la particularidad extrema del contenido que construye el imaginario del individuo y que lo aleja radicalmente de otros ciudadanos que no piensen como él o ella.

En la explosión informativa del s. XX, relacionada con los medios masivos, tal y como se defendía en la teoría de los efectos limitados,

el individuo tenía la oportunidad de poner resistencia frente a ciertos contenidos y, como consecuencia de la asimetría de los efectos fruto de las diferentes socializaciones o condiciones de vida, no se producía una homogeneización de la Opinión Pública con base en los deseos de los medios. Uno de los grandes miedos del s. XX tenía que ver con el peligro de la robotización y homogeneización del entender común, pudiendo verse sometido a intereses privados o públicos.

Aquel peligro se ha manifestado en un sentido completamente distinto. La completa personalización de la información ha hecho que lo que diferencia a los sujetos no tenga únicamente que ver con sus trayectorias y condiciones vitales, sino que ahora también con que cada uno de nosotros podemos acceder a un mundo o panorama informativo y político particular, construyendo virtualmente el mundo que queremos habitar.

Referencias

- Bodillo, J.F. (1987). La Opinión Pública. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, (58).
- Boladeras i Cucurella, M. (2001). La opinión pública en Habermas, *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (26), 51-70
- Castells, M. (2002). La dimensión cultural de internet. Universitat oberta de Catalunya, Debates culturales. Recuperado de: <https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
- Castells, M. y Martínez Gimeno, C. (1999). *La era de la información*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Dewey, J. (1998). *The later works of John Dewey, 1925-1953*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Northwestern University Journal of Communication*, (43), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Habermas, J. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article, trans. Sara Lennox and Frank Lennox, *New German Critique*, (3), 49-55. <https://doi.org/10.2307/487737>
- Huntington, S. P. (1994). *La tercera ola. La democratización a finales del siglo XX*. Paidós Ibérica.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication*. Glencoe, IL: Free Press.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. Free Press.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., Gaudet, H. (1944). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind*



- in a Presidential Campaign*. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Lippmann, W. (1920). *Liberty and The News*. New York: Hancourt, Brace and Howe.
- Lippmann, W. (2011). *El Público Fantasma*. España: Genuve Ediciones. <https://doi.org/10.22429/Euc2015.008>
- McCombs, M. (2005). Setting The Agenda: The Mass Media And Public Opinion, *Choice Reviews Online*, 42 (11). <https://doi.org/10.5860/CHOICE.42-6312>
- Mcluhan, M. (1994). *Understanding media: the extension of man*. MIT Press.
- Mosca, L. (2007). A Double-Faced Medium? The challenges and opportunities of the Internet for social movements. *Max Weber Programme of the EUI*, (23).
- Nimmo, D.D. y Sanders, K.R. (1981) (eds). *The Handbook Of Political Communication*. Berverly Hills. Sage.
- Noelle Neumann, E. (1995). *La Espiral Del Silencio*. España: Paidós.
- Pariser, E. (2017). *El Filtro Burbuja*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Rubio, J.M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la *agenda setting*. *Gazeta de Antropología*, 25(1).
- Tynan, Dan. (2006). The 25 Worst Tech Products Of All Time. *Pcworld*. Recuperado de: https://www.pcworld.com/article/125772/worst_products_ever.html