

## MEJORAR LA PARTICIPACIÓN: LA DEMOCRACIA Y EL CAMBIANTE ENTORNO DE LA WEB

PETER DAHLGREN

Procedente de diversos campos y discursos diferentes de las ciencias sociales, la noción de «participación» sigue siendo, en cierto modo, inestable, variando en función del contexto en el que se utiliza. En los estudios acerca de los medios y la comunicación, particularmente cuando el compromiso social y político está en el programa de investigación, la falta de claridad o estabilidad de este concepto resulta notable (Carpentier, 2011). En este trabajo no intentaré ofrecer una definición definitiva, ni un inventario de posibles usos, sino que, utilizándolo en su sentido más común, haré hincapié en lo que, a mi juicio, son algunos rasgos de la participación en el ámbito de la sociedad civil y la política. En estos dominios, la participación manifiesta ciudadanía, y se convierte en una expresión de conducta cívica. Sin embargo, en el mundo moderno cada vez resulta más difícil establecer las fronteras y no siempre está claro dónde termina la participación en actividades sociales y culturales, incluyendo el consumo, y dónde empieza la sociedad civil y la política, especialmente en relación con el entorno web. Como expondré más adelante, tampoco deja de ser problemática la distinción entre estas dos últimas, o incluso la frontera entre la política y la no política. Sin embargo, sugeriré que la participación, en ocasiones incluso dentro del contexto del consumo, está inexorablemente ligada a la vida democrática.

El marco de fondo, que dota a la participación de su relevancia contemporánea, lo conforman las dificultades que se le plantean a la democracia cuando, por un lado, la implicación de los ciudadanos es cada vez más problemática y, por el otro, cuando están surgiendo nuevas formas de participación que podríamos llamar «ciudadanía mediatizada». Ya he esbozado en otro artículo (Dahlgren, 2009) el contorno general de una perspectiva sobre la participación

política, resaltando cómo distintas formas de medios pueden funcionar fomentándola o entorpeciénola. En este artículo, quiero ampliar aquel análisis desbrozando lo que para mí son elementos clave de la participación *on line* —sus parámetros fundamentales— y examinando el modo en que diversas eventualidades pueden influir en ellos. La noción de participación es fundamental para entender las audiencias y las prácticas de las organizaciones cívicas actuales. A medida que van evolucionando las circunstancias mediáticas y de sociabilidad, debemos intentar actualizar nuestra interpretación de la participación.

En un análisis preliminar, ofreceré algunas reflexiones generales sobre la democracia, el panorama evolutivo de los medios de comunicación y la participación. A partir de ahí, iré ahondando en algunos parámetros clave de la participación *on line* y resaltando su importancia para la democracia. En la sección final, analizaré brevemente dos dilemas que se le plantean a las organizaciones cívicas basadas en la web en la sociedad occidental, al mismo tiempo que subrayaré la necesidad de un cauto optimismo.

#### DEMOCRACIA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN

##### *Dilemas de la democracia*

La democracia no es un fenómeno estático y universal; su carácter específico varía en función de diversas y variables circunstancias. Su vitalidad, su funcionalidad y supervivencia no pueden darse por sentadas. Se trata de un proyecto histórico, atravesado por las disputas entre aquellas fuerzas que, de distintas maneras, lo restringen y aquellas que tratan de ampliarlo, sobre todo fortaleciendo la participación. Incluso dentro de la izquierda podemos encontrar gran diversidad de visiones acerca de su futuro (Agamben y otros, 2011). Los ideales elitistas de la democracia siguen estando muy presentes entre nosotros, a pesar de que se enfrentan continuamente a visiones de una ciudadanía más inclusiva y eficaz. Dentro de Europa y de la Unión Europea nos encontramos con importantes diferencias, e incluso tensiones, en lo que se refiere a

tradiciones políticas, nociones de ciudadanía, supuestos de apertura y acceso, concepciones de lo que constituye la sociedad civil, etc. En otras zonas del mundo, la lucha por el esfuerzo de establecer algo que pueda llamarse democracia se encuentra en pleno apogeo.

Un gran problema de la participación (y de la democracia en general) es la tendencia a que el poder político responsable se debilite por el ataque de los modelos neoliberales del desarrollo social (véanse, por ejemplo, Harvey, 2006; Harvey, 2011; Fisher, 2009). Cuando la dinámica del mercado llega a considerarse como la fuerza más democrática de la sociedad, las oportunidades de una participación cívica significativa se erosionan. El neoliberalismo se ha convertido no solo en un horizonte político, sino también en un motivo cultural que da forma a los valores, las relaciones sociales, los conceptos de una buena sociedad, así como a los objetivos políticos. (Estos temas han dado pie a una extensa literatura; véanse, por ejemplo, Couldry, 2010; Lewis, 2011; Young, 2007). En su extensa obra sobre el mundo contemporáneo, Bauman (2007) entreteje hilos políticos, económicos, sociales y culturales en su análisis de lo que llama «modernidad líquida». Al mismo tiempo, los gobiernos han perdido a todos los niveles márgenes de maniobra en el marco de la cada vez más compleja globalización. De este modo, los temas prácticos de gobernanza pueden también establecer límites a lo que se puede conseguir dentro de los sistemas democráticos, llegando así a frenar la participación.

La «democracia» actual no garantiza automáticamente una gran participación ciudadana, ni en contextos parlamentarios ni extraparlamentarios. La reputación de las democracias se mide, entre otras cosas, en base al derecho de todos los ciudadanos a participar en la vida política y por el hecho de promover más participación cívica —y más independiente— que los regímenes autoritarios. Sin embargo, incluso dentro de los sistemas democráticos con sufragio universal vemos mecanismos que, de hecho, pueden limitar la participación. Los sistemas democráticos ofrecen diversos patrones o estructuras que brindan la oportunidad de participación: el acceso y el impacto en la esfera pública pueden variar mucho. Hay una serie de factores que influyen en la forma en que funciona realmente la participación en un momento concreto o en un grupo concre-

to. El grado de presencia de organismos cívicos depende, desde luego, de las iniciativas de los propios ciudadanos, pero tal participación siempre está condicionada por las circunstancias. Por lo tanto, la falta de participación cívica no debe considerarse como una simple cuestión de apatía ciudadana, sino que debe entenderse dentro del contexto de los dilemas más comunes en la democracia de la modernidad avanzada. La democracia experimenta transformaciones a la vez que evolucionan sus bases sociales, culturales y políticas, y el carácter de la participación es parte de esta evolución.

### *Metamorfosis de los medios de comunicación y participación*

La drástica transformación del panorama de los medios de comunicación, estrechamente conectada a una serie de factores sociales, económicos, políticos y culturales, se nos presenta como un desarrollo decisivo del presente histórico. Desde la llegada de internet a escala masiva en la década de los noventa, hemos sido testigos de cómo se han transformado los nuevos medios electrónicos y de cómo se han ido haciendo más asequibles, así como de las prácticas creativas que han surgido con ellos. En los últimos años, la red y sus tecnologías complementarias, como la telefonía móvil y las plataformas de las redes sociales, han seguido evolucionando. ¿Quién hubiese imaginado al principio que Facebook, Twitter y YouTube se iban a convertir en importantes instituciones de la esfera pública? Incluso el concepto de Web 2.0, que hace unos años parecía indicar con claridad una transición tecnológica hacia el carácter cada vez más participativo de las plataformas de los nuevos medios, se ha convertido actualmente en un significante sobrecargado. Continuamente lo cargamos de nuevas implicaciones por lo que, probablemente, pronto necesitará un sustituto. Además, la relación convergente entre los medios de comunicación tradicionales y los nuevos medios interactivos resulta de gran importancia estratégica en el nuevo entorno web. De hecho, esta convergencia hace cada vez más difícil mantener la distinción entre ambos dominios.

Un importante atributo de la red (en el sentido más amplio) es

su capacidad para facilitar la comunicación horizontal o cívica: las personas y las organizaciones pueden conectarse entre sí con el propósito de compartir información, apoyarse mutuamente, organizar, movilizar o fortalecer identidades colectivas. Se puede decir que la ciudadanía mediatizada ha surgido con el despliegue de la imprenta y la alfabetización; la radio y la televisión han añadido sus respectivos componentes de difusión. Y son ahora los medios digitales los que contribuyen con sus rasgos concretos a esta evolución, influyendo en el modo social y cultural de participar de las personas, y sobre todo, en el modo de capacitar a los actores sociales y de hacer política. De hecho, el ámbito de la política se está transmutando; muchos ciudadanos, junto con la política tradicional o en lugar de ella, también están explorando la política cultural de la «vida» y la «identidad»; algunos incluso se están implicando en temas de carácter mundial que atraviesan las fronteras nacionales.

El entorno web proporciona un amplio potencial cívico; hay disponible una gran variedad de formas de participación, lo que podemos llamar prácticas cívicas. Las herramientas son cada vez más eficaces, más económicas y más fáciles de utilizar; el acceso y la colaboración van en aumento y estamos evolucionando desde meros consumidores de medios de comunicación a productores de muchos medios de comunicación (o *producers*, como denomina la jerga actual a esta síntesis de papeles tradicionalmente diferentes). Desde el punto de vista de la participación, realmente tenemos ante nosotros unas posibilidades participativas impresionantes y sin precedentes históricos. No deberíamos olvidar, sin embargo, la densidad del entorno web: el panorama actual de los medios de comunicación experimenta una enorme competición en busca de atención, sobre todo en lo que respecta a los asuntos políticos, competición a la que todos los actores que se mueven en la web tienen que hacer frente. Hoy en día, las oportunidades de participar en el ámbito del consumo y el entretenimiento son abrumadoramente más numerosas, más accesibles y más tentadoras para la mayoría de las personas, en comparación con las actividades que podríamos llamar cívicas o políticas. Internet ha aumentado esta conducta, especialmente entre la gente más joven.

En cualquier caso, resulta incluso más importante entender que

estos medios, y el uso que de ellos hacen los ciudadanos, aunque juegan un papel más importante que nunca en dar forma a la participación, no pueden sencillamente cancelar ni compensar totalmente los mecanismos sistemáticos que obstaculizan la participación. La actividad de la red tiene lugar en medio de las dificultades de la democracia, la crisis económica y la dislocación sociocultural de la modernidad tardía. Sin el sentido de urgencia, de crisis, contemporáneo, sin reconocer la desesperación experimentada por muchos ciudadanos, se pierde algo esencial de la fotografía. Debemos evitar el pensamiento reduccionista que busca soluciones tecnológicas para las enfermedades de sociabilidad; a este respecto, los discursos políticos y los comentarios periodísticos en ocasiones nos llevan por mal camino; por ejemplo, cuando los levantamientos en Túnez y Egipto quedaron enmarcados de forma simplista como «revoluciones de Facebook».

### *Empoderamiento de los ciudadanos*

Estas breves reflexiones deberían expresar la ambivalencia que muchos observadores tienen respecto a internet en relación con la participación. En los debates y las investigaciones realizadas al respecto se observan posiciones optimistas y pesimistas. Mientras que muchos autores se muestran entusiastas al respecto y consideran que este nuevo mundo de la información está teniendo un efecto inmensamente positivo en todo, desde el desarrollo personal hasta el carácter de nuestra civilización, otras voces, como la de Carr (2010), sostienen que socava nuestra capacidad de pensar, leer y recordar. Mientras que muchos pensadores aceptan la perspectiva de Sunstein (2008) respecto a cómo la participación de la «sabiduría de muchos» (como se plasma en la Wikipedia y la blogosfera) está produciendo nuevas y mejores formas de conocimiento, otros, como Keen (2008), advierten de los peligros de la participación de la Web 2.0, aduciendo que erosiona nuestros valores, nuestras normas y creatividad, además de minar las instituciones culturales.

Todavía más pertinente para el debate que nos ocupa es el potencial democrático de internet, tema que suscita diversos puntos

de vista. Morozov (2011) sostiene que se ha exagerado esta idea y que la tecnología de internet no solo está fracasando en la democratización del mundo, sino que además está siendo utilizada por los regímenes autoritarios para controlar a sus ciudadanos y suprimir la disidencia existente. Castells (2010), sin embargo, tiene una visión mucho más positiva. En su último libro continúa con su visión optimista de «la sociedad red», idea lanzada en su trilogía de la década de 1990. Su nuevo trabajo puede verse como una actualización conceptual, sobre todo porque hace un uso más amplio de la literatura de investigación en el campo de los medios y los estudios de comunicación. Castells analiza el poder como un concepto relacional y subraya conceptualmente la dimensión de la comunicación de las relaciones de poder. No le resta poder a la comunicación (reconociendo incluso el papel de la violencia y la coacción), sino que más bien lanza un sólido argumento a favor de la importancia de la comunicación para el control del poder en el mundo moderno. Esto deja abierta la cuestión sobre cómo el poder puede dar forma a las condiciones y las consecuencias de la comunicación.

Está claro que en esta coyuntura no nos encontramos en disposición de hacer una valoración definitiva totalmente optimista ni pesimista en relación con los medios de comunicación digitales y la democracia y, desde luego, no tenemos que hacerla. No obstante, la lectura de los diversos puntos de vista nos recuerda las complejidades que ello entraña. Si elegimos dejarnos llevar por un cauto optimismo, como mínimo seremos conscientes de algunas de las cuestiones y riesgos que ello supone. Aunque sería demasiado aventurado proclamar que «internet salvará la democracia al aumentar la participación», sí podemos señalar con certeza que la actual metamorfosis de los medios de comunicación está teniendo un profundo impacto en las condiciones de la participación y en la dinámica de la democracia. Estas son las ideas más importantes que hay que reivindicar, sobre todo en lo que respecta a las relaciones de poder y a la cuestión del empoderamiento en sí mismo.

Las relaciones de poder dentro de los medios de comunicación, entre varios medios, entre instituciones mediáticas e instituciones no mediáticas y entre los grupos sociales que hacen uso de los medios, han sido exploradas desde los inicios de este campo de estudio (Cor-

ner, 2011). Inevitablemente, en la red se desarrollan constelaciones de poder y una interminable serie de patrones grandes y pequeños, siempre cambiantes. Los medios de comunicación *on line* son una parte del gran mundo social político y cultural, que se entrelaza con la vida cotidiana de los individuos y con el funcionamiento de grupos, organizaciones e instituciones. Estos medios de comunicación ofrecen posibilidades que se emplean y movilizan de diversas formas por todo el panorama de la sociabilidad y, de ese modo, influyen en las estrategias y las tácticas de la vida diaria y en los marcos de referencia que los dotan de sentido. Especialmente en el caso de los jóvenes en situación económica más precaria, la web no es solo algo que «visitan» ocasionalmente para buscar algo concreto; es cada vez más un espacio fundamental de su vida cotidiana. Incluso aunque la política es una actividad menor *on line*, comparada con otros usos, los medios de comunicación *on line* han alcanzado una gran importancia de cara a la participación en un sentido más amplio.

Es importante subrayar el carácter social de tal actividad: la conexión a la red ayuda a evitar las consecuencias debilitadoras del aislamiento, promueve el capital social (y político), forja identidades colectivas, inspira y genera visiones alternativas. En su reciente libro, Baym (2010) presenta un análisis detallado de cómo el alcance de los medios de comunicación digitales y sus capacidades de interacción, sus propias modalidades para regir el diálogo, sus estructuras temporales, su movilidad y otros rasgos sirven para facilitar las conexiones sociales. Todo ello tiene gran importancia por sí mismo, pero yo también resaltaría que esta lubricación digital de lo social es también esencial para la aparición de lo político. En resumen, se podría decir que los medios de comunicación digitales son muy útiles para ayudar a fomentar un poder cívico subjetivo y un mayor sentido de participación basado en la comunicación horizontal. Esta posición se modifica, sin embargo, cuando tomamos en consideración estructuras de poder objetivas de tipo sistemático. Más adelante entraré en un debate más sistemático de las fuerzas que pueden fomentar u obstaculizar la aparición de culturas cívicas y el papel de internet a este respecto. En la siguiente sección ofrezco una perspectiva más detallada sobre la participación como característica de la vida democrática.

## PARÁMETROS DE PARTICIPACIÓN

La participación es una noción que se puede analizar de diversas maneras. Aquí me propongo desmontar el concepto para resaltar lo que a mi parecer son sus rasgos definitivos e intentar mostrar su importancia para la democracia. El objetivo, en última instancia, es proporcionar las herramientas para un mejor análisis empírico. Hablaré sucesivamente de lo que yo llamo las trayectorias de la participación, la visibilidad que esta proporciona,<sup>1</sup> la voz que confiere y la sociabilidad que ayuda a mantener.<sup>2</sup>

### *Trayectoria: hacia dónde se dirige*

Es probable que nunca pueda determinarse del todo ni conceptual ni empíricamente si las personas participan principalmente «en los medios de comunicación» o más ampliamente en la sociedad «a través de los medios de comunicación», dada la interrelación de los medios de comunicación con los mundos sociales. Los medios actúan de mediador y, a través de ellos, estamos conectados a las realidades sociales más allá de nuestro aquí o ahora inmediato. El grado en que las personas valoran la propia experiencia mediática en relación con aquello a lo que las conecta seguirá siendo, de alguna manera, una cuestión abierta, pero dilucidar las motivaciones e intenciones de los participantes nos dará alguna indicación de lo que para ellos es lo principal. En términos de especificar la dirección o la trayectoria de la implicación para nuestros fines, con un enfoque en la participación democrática, será suficiente utilizar tres categorías básicas que, por supuesto, suelen ir entrelazadas: consumo, sociedad civil y participación política.

Desde esta perspectiva, el «consumo» es una vasta categoría, que engloba casi todo, e incluye la participación social a través de lógicas comerciales. Esta trayectoria se refiere a la participación a través de las relaciones de mercado que nos ofrecen aquello que necesitamos para la supervivencia y aquello que podemos desear: la promesa de satisfacción y placer. El ejemplo más común son las numerosas formas de comprar o las variantes comerciales de la cul-

tura y el entretenimiento popular. Todo junto, constituye la mayor parte de la participación *on line*. Aunque mi interés en este artículo se centra en gran medida en la sociedad civil y en la política, debe entenderse que el consumo siempre va incorporado en una serie de relaciones de *macropoder* y *micropoder*, y que incluso en esta trayectoria hay horizontes democráticos presentes, aunque con frecuencia permanezcan a distancia. Así, la pobreza, por ejemplo, puede en algún momento ser vista como un mecanismo de exclusión que plantea cuestiones democráticas. Asimismo, el consumo *políticamente motivado* también va en aumento (Micheletti y otros, 2003; Barnett y otros, 2010) aunque se mantenga como un fenómeno minoritario.

La *cultura popular*, por su parte, no siempre puede calificarse simplemente de «mero consumo»: cada vez tiene más puntos en común con las esferas públicas (Street, 1997; Van Zoonen, 2006; Riegert, 2007). Normalmente, tiene un carácter accesible, de acogimiento que puede expresar importantes valores democráticos; invita a la participación ofreciendo fácil acceso a comunidades simbólicas, a un mundo de pertenencia más allá de uno mismo. Algunas veces, esto puede ser preparatorio para la participación cívica al ofrecer lo que Hermes (2005) llama «ciudadanía cultural». Además, la cultura popular nos invita a implicarnos —en cuerpo y alma— en muchas cuestiones que tienen que ver con el modo en que deberíamos vivir y el tipo de sociedad que queremos. Nos permite procesar, avanzar posiciones que tienen que ver con valores controvertidos, normas e identidades en un entorno sociocultural tardomoderno turbulento, agudizando algunas veces conflictos donde se puede identificar un «nosotros» y un «ellos».

Con «*sociedad civil*» quiero señalar una trayectoria de participación que, de una u otra manera, implica libre asociación para fines comunes fuera del mercado y de la esfera privada del hogar. Es innegable que el concepto deja algunos temas sin resolver, pero la idea de la sociedad civil hace hincapié en que en una democracia las personas pueden ejercitar la libertad de interactuar en la búsqueda de sus intereses compartidos (como punto de partida práctico sobre este tema, véase Edwards, 2009). Un ejemplo es el trato con amigos, colegas, comunidades, asociaciones y redes sociales sin

líneas comerciales; todo ello es parte de la sociedad civil. Hay un ámbito casi infinito de participación en *actividades expresivas y placenteras* alrededor del deporte, la música (por ejemplo, las contribuciones *amateur* en YouTube), las aficiones, *wikis*, etc., aunque con frecuencia no es posible mantener al margen las lógicas del mercado. Como ya he indicado, las fronteras con el consumo pueden resultar a veces problemáticas. Si bien en tal constelación (como en todas las entidades sociales) pueden emerger los conflictos políticos, la idea de sociedad civil sugiere que los fines y los objetivos de tales grupos no necesitan, por definición, estar dirigidos a la política y, en la mayoría de los casos, no lo están.

Sin embargo, al igual que el consumo, la política siempre está potencialmente presente en la sociedad civil, una perspectiva que resaltan, por ejemplo, Cohen y Arato (1992). En su estudio clásico, ven la sociedad civil como un terreno intrínsecamente contradictorio y como el fundamento de la esfera pública. Por ejemplo, implicarse con los medios informativos es parte de la sociedad civil; el acto de mantenerse informado —en el papel de lo que Schudson (1998) denomina *ciudadanos observadores (monitorial citizen)*— debe ser considerado como un elemento de ciudadanía. Más espectacular es el considerable incremento que ha experimentado el *periodismo participativo* en los últimos años, dado que la industria informativa está siendo objeto de serias transformaciones, sobre todo en lo que se refiere al uso de los medios sociales. Con el uso por parte de aquellos que no son periodistas de plataformas como Facebook, Twitter y los blogs para generar y compartir material periodístico, el periodismo va haciéndose gradualmente más interactivo, diverso, parcial e inmediato. Tal participación cívica está alterando el carácter del periodismo y, por supuesto, planteando muchas cuestiones (Papacharissi, 2009; Rosenberry y otros, 2010; Tunney y otros, 2010). El periodismo participativo, en cuanto que supone una toma de partido, nos lleva directamente a la política.

La política, nuestra tercera trayectoria de participación, es ante todo relativamente clara a la hora de señalar la implicación en conflictos públicos sobre recursos y otros intereses, y no hay duda de que sigue siendo una trayectoria *minoritaria* en el panorama de los medios de comunicación, considerada en términos estadísticos. En

esta trayectoria encontramos toda clase de políticas, desde la escena electoral formal, hasta las diversas versiones de políticas alternativas, extraparlamentarias. Sin embargo, todavía nos queda el tema de especificar en qué punto la participación debería pasar a llamarse política, lo que puede resultar algunas veces empíricamente desafiante. La política, en el sentido de debate sobre temas públicamente visibles, puede, en principio, surgir en cualquier momento y en cualquier parte del ámbito social (Mouffe, 2005). Así, la política debería entenderse como algo que aparece entre la gente a través de la interacción discursiva, es decir, la conversación, junto con la experiencia y la reflexión (Dahlgren, 2009). En otras palabras, el proceso de generar lo político puede ser visto como un modo de participación política.

Se puede entender la aparición de la política como algo que sucede en las conversaciones o en otras formas de comunicación entre ciudadanos que encarnan experiencia crítica y (auto) reflexión (Dahlgren, 2009). Decir que la política surge a través de la conversación puede sonar casi mágico pero, de hecho, aquí hay que explicar un sutil concepto de sociología. Bakardjieva (2010) emplea el término «subactivismo» para describir una forma de preparación cívica entre las personas en momentos de la vida cotidiana, cuando las normas son cuestionadas, desafiadas y negociadas, cuando se aplican horizontes morales al mundo social, cuando se plantean temas de justicia —antes de que la política haya salido a la superficie o se hayan establecido conexiones con la política—. Precisar empíricamente cuándo el subactivismo se convierte en política, o pasa a ser política de pleno derecho, no siempre es fácil, pero enfrentarse a este reto indudablemente mejorará nuestra sensibilidad a las sutilezas que la participación conlleva.

### *Visibilidad: alcanzada*

Los fines de la participación cívica y especialmente política son normalmente expresados de forma instrumental: los grupos desean tener cierta influencia, por ejemplo, en la opinión, la legislación, las políticas gubernamentales o el comportamiento empresarial. En otras

ocasiones, los fines pueden ser más expresivos: dar voz a un grupo, realizar una acción o manifestar una identidad colectiva. En todos los casos, sin embargo, podemos decir que hay un objetivo intermedio en la participación, sobre todo en relación con los medios digitales, a saber, la visibilidad.

La noción de visibilidad no supone una simple elección entre ser socialmente «visible» o «invisible», sino que remite a disposiciones sociales técnicas y políticas complejas. Estas pueden establecer lo que se denominan «regímenes» de visibilidad. En una reciente y estimulante exposición sobre este tema, Brighenti (2010) sugiere dos modelos básicos de visibilidad que vienen al caso para nuestro análisis. De acuerdo con el primero, la esfera pública es un modo de visibilidad donde uno puede estar en público, es decir, cuando se puede decir que la «sincronicidad de atención» (en sus mejores momentos) da pie a cierto régimen de visibilidad democrática.

El segundo modelo es el ámbito público de la visibilidad social, de la interacción, donde la mirada y el reconocimiento de los otros, generales o significativos, es primordial para la constitución del yo, de la identidad. A este lo llamaré «intervisibilidad», y está relacionado con perspectivas generales, como la idea de Mead acerca de cómo nuestro sentido del yo aparece mediante la interacción o la «presentación del yo» à la Goffman. También tiene una dimensión más específica relativa al encuentro con extraños, un modo público de interacción que implica una distancia óptima, reconocimiento, pero no intrusión. Este es el terreno de la interacción cívica y conecta con la sociedad de vínculos informales —donde, sobre todo en la red, los extraños se hacen visibles entre sí en grados diversos con el fin de cooperar.

Ser visible en público puede implicar diversos tipos culturales de actitudes, comportamientos, papeles y expectativas, pero lo que tiene un interés primordial aquí es la lógica básica de cada modelo de visibilidad y una tensión potencial entre los dos en relación con la participación. Cómo se negocian y cómo se relacionan entre sí estas dos formas de visibilidad son cuestiones de investigación empírica. También hay otros regímenes de visibilidad que pueden tener importancia para la participación. El espectáculo, por ejemplo, en ocasiones puede ser de importancia participativa; también exis-

te como algo distinto de la vida normal cotidiana y su fin es, de alguna forma, romper con ella. De un modo más negativo, los regímenes de visibilidad asociados a la disciplina y la vigilancia pueden facilitar el acceso a la vida de los ciudadanos mediante centros de poder con fines de control. También tenemos la visibilidad hegemónica del poder basado en el estado o grupo corporativo, así como lo contrario: la invisibilidad hegemónica de centros y agentes de poder. Desde la perspectiva de la participación democrática, sin embargo, la visibilidad de la esfera pública y la intervisibilidad social siguen siendo los beneficios reales de la participación.

#### *Voz: ganada*

Relacionada con la visibilidad está la noción de voz. He basado este análisis en Couldry (2010), quien sugiere que, aunque con frecuencia utilizamos el concepto de voz como metáfora para referirnos a la expresión de una opinión en contextos políticos, resulta por lo menos igual de importante considerarla como un valor en sí misma, particularmente en el contexto neoliberal contemporáneo donde la voz, junto con prácticamente todos los demás valores sociales, queda marginada por la racionalidad económica. La voz funciona tanto dentro como más allá de la política; se trata fundamentalmente del proceso de dar información de uno mismo y de las circunstancias en las cuales uno actúa. Tal narrativa es un elemento básico de nuestra humanidad y, por lo tanto, negársela a los demás es, como mínimo, implícitamente negar su humanidad. La voz presupone una intervención reflexiva, está incluida en los horizontes de los actores sociales. En el fondo, la voz es un proceso social que entrelaza la vida de las colectividades, no es una colección de historias personales atomizadas. Requiere recursos y acceso para adquirir forma material y puede implicar aspectos de distribución. Como tal, posee condiciones (variables) que deben cumplirse.

Hay muchos factores que influyen en su generación, viabilidad y distribución. En otras palabras, hay una sociología de la voz; podemos analizar sus circunstancias y posibilidades, y esto es, en parte, lo que llevo a cabo en la siguiente sección cuando recorro al

marco de las culturas cívicas para esbozar los recursos necesarios para la participación. Sin embargo, en esta fase de la disertación, la voz debería entenderse como un valor que hay que proteger y promover, un valor que concierne tanto a nuestra humanidad como a la democracia. La participación refuerza este valor, e incluso si en algún momento uno se siente obligado a criticar dichas expresiones de voz, como en los infinitos blogs que airean experiencias personales, deberíamos recordar que tales informaciones no son meramente manifestaciones de voz, sino también la confirmación del valor de la voz (y no estamos obligados a leerlas todas). Es más probable que la sociedad que habla y se expresa públicamente siga siendo más democrática que la que se calla. vs. E-5

#### *Sociabilidad: cómo se mantiene*

La participación es fundamentalmente un acto social, basado en la comunicación humana y dependiente de la sociabilidad. Con demasiada frecuencia, los análisis ignoran la importancia de la sociabilidad a la hora de estimular y mantener la participación, y la forma en que la interacción con los demás realmente sirve para apoyar (o no) actividades participativas. En otras palabras, la interacción social es un requisito previo para mantener la participación. El parámetro de sociabilidad es, en potencia, bastante grande, dado que, en principio, puede tocar muchos atributos de interacción comunicativa en el contexto de la participación. Sabemos, por ejemplo, que la ética comunicativa y la cortesía básica no siempre son como debieran ser en los foros de debate, y todavía se siguen dando en ocasiones patrones indeseables de comunicación dirigidos a mujeres y otros grupos. Al mismo tiempo, también encontramos mucha sociabilidad de apoyo, expresiva de la comunidad y que empodera.

Dado el inmenso potencial de este parámetro —básicamente el tema de interacción/sociabilidad constituye un gran subcampo dentro de la investigación de la comunicación— sería prudente establecer inicialmente ciertas fronteras para mantenerlo dentro de un ámbito manejable. Algunos pasos analíticos pueden ser de ayu-

da a este respecto. En primer lugar, si lo que podríamos llamar «lubricación» digital de lo social es esencial para que surja la política, sería útil desarrollar un mapa básico del alcance comunicativo de las diversas plataformas digitales. Ya hay mucha literatura a la que recurrir, pero también debemos permitir que las personas utilicen su capacidad inventiva para realizar cosas creativas con las tecnologías, de forma que esto no sea un ejercicio de establecer esencias de algún tipo, sino un punto de partida general que sirva de orientación para diferenciar los usos potenciales técnicos para la interacción. Por ejemplo, el contacto visual de Skype ofrece más posibilidades de profundizar en la sociabilidad que, digamos, Twitter. Baym (2010) ofrece un análisis detallado acerca de cómo el alcance y las capacidades de varios medios de comunicación digitales pueden influir en la interacción, sus modos de señales sociales, sus estructuras temporales, su movilidad y otros rasgos que sirven para facilitar las conexiones sociales.

A partir de aquí podemos empezar a considerar las culturas específicas de distintos grupos (que pueden definirse de diversas formas) y evitar así los riesgos de horizontes universalistas. Esto abre además la puerta a la investigación comparativa sobre sociabilidad entre distintas formas de participación y distintos grupos de agentes cívicos. También sugeriría que, ya que las redes y el capital social *on line* juegan un importante papel a la hora de dar forma a la sociabilidad, los atributos de los famosos vínculos informales, *loose bonds*, dada su importancia, merecen ser incorporados en un esfuerzo por entender mejor la sociabilidad. Se plantean cuestiones como, por ejemplo: ¿cómo deberíamos entender el umbral de la sociabilidad en el contexto de las redes con vínculos informales? y ¿qué grados de proximidad/distancia social se consideran más adecuados? ¿Qué se percibe como una sociabilidad mínima necesaria para mantener la participación en el contexto de los vínculos informales? Todavía queda mucha investigación por hacer.

## EL PRESENTE PRECARIO

*El yo cívico contingente y los usos potenciales on line*

Aunque parezca superfluo (y tal vez incluso debilitador), en nuestros debates sobre la ciudadanía mediatizada deberíamos recordar que la política aparece en un puesto bastante bajo en la lista de actividades para las cuales las personas utilizan la red. Al mismo tiempo, tengamos en cuenta las nuevas formas de política y participación, como ya he mencionado anteriormente. Sobre todo, necesitamos pensar más allá de los criterios bastante formalistas de la democracia deliberativa de Habermas. La cultura de los medios generalmente parece alejarse cada vez más de los ideales de la esfera pública tradicional. Lievrouw (2011, pág. 214) describe acertadamente la situación:

La cultura de los medios de comunicación en la era digital se ha hecho más personal, escéptica, irónica, perecedera, idiosincrásica, colaboradora y casi inconcebiblemente diversificada, incluso mientras las industrias establecidas y las instituciones intentan mantener su dominio y ampliar sus modelos de negocio *on line* basándose en mensajes y audiencias estables.

Lo que Lievrouw refleja aquí son algunas de las texturas definitivas de la situación tardomoderna, con sus complejas relaciones de poder y sus particulares sensibilidades. Con este telón de fondo histórico, según ya dije anteriormente, es como tenemos que entender la participación, la política y la ciudadanía mediatizada. Su análisis subraya la interacción entre los usos potenciales de las tecnologías de la comunicación y las prácticas mediante las cuales la gente las utiliza para sus propios fines. En esta interfaz,

la gente adapta, reinventa, reorganiza o reconstruye las tecnologías de los medios según necesita para que les sirvan a sus fines e intereses. Al innovar, los usuarios combinan nuevas y antiguas tecnologías o adaptan combinaciones de tecnologías conocidas de formas nuevas. Los nuevos medios de comunicación se pueden recombi-

nar, el producto de la hibridación de las tecnologías existentes y técnicas innovadoras [...] (Lievrouw, 2011, pág. 216).

Esto permite a las personas «construir nuevos medios y expresiones a partir de formas existentes y novedosas de interacción, relaciones sociales e institucionales y obras culturales» (Lievrouw, 2011, pág. 216). Esta perspectiva nos ayuda a entender de forma más precisa la relevancia de las prácticas cívicas en estos contextos participativos. Además, tales prácticas tienen como resultado, a su vez, una progresiva evolución de las propias culturas cívicas; se establecen nuevas prácticas como recursos a los que la futura participación puede recurrir.

*Medios de comunicación sociales: ¿esferas públicas (sphericles) homogeneizadas?*

A pesar de que generalmente la política tiene poca presencia en la web, es evidente que está creciendo la importancia de los medios de comunicación *on line* para la participación en la vida política. Especialmente, cuando los jóvenes empiezan a interesarse por la política, el entorno de la red ocupa una posición primordial. Al mismo tiempo, se necesitan enlaces entre las experiencias en la red y fuera de la red; en algún momento, la participación política a través de la red necesita complementarse con otras formas de conexión con el mundo político. El entorno web tiene que ayudar a conectarlas con el mundo político más allá de la propia pantalla. Sin embargo, al parecer se da el caso de que los hábitos cotidianos de la vida *on line* están haciendo cada vez menos probable que estas conexiones tengan lugar más allá de la red. Por ejemplo, gran parte de la vida social tiene lugar *on line*; la red se ha convertido en una importante plataforma para la vida social de millones de personas de todo el mundo. En el contexto de (la individualización posmoderna y la privatización neoliberal, de la intensidad del trabajo de identidad y del yo como proyecto reflexivo,) hay una enorme cantidad de presentaciones *on line* del yo, a través de Facebook y otros sitios. En resumen, los medios de comunicación sociales se

han convertido en sitios de extensa interacción que no necesariamente tienen por finalidad encuentros cara a cara más allá de la pantalla.

Los comentaristas del papel de la red en la política acuñaron enseguida los términos *cocoons* y *echo chambers* para señalar la tendencia de la gente a agruparse en redes de mentalidad semejante. Se trata de un patrón de comportamiento humano comprensible —uno evita conflictos y refuerza los puntos de vista y los valores de su propio mundo—. Aunque socialmente tiene mucho sentido, supone un peligro para la democracia: estas esferas públicas (*sphericles*, creo que el término procede de Todd Gitlin) tienden a aislar a sus miembros de flujos discursivos más grandes dentro de la sociedad política. Además, sirven también para reducir las experiencias de sus participantes con puntos de vista alternativos enfrentados, así como su competencia para argumentar. La calidad dialogante de la esfera pública se erosiona, dado que los grupos políticos se lanzan insultos entre sí, pero realmente nunca se implican en un debate ni desarrollan la capacidad para la deliberación cívica.

Esta tendencia aumenta con los medios de comunicación sociales, cuando la lógica definitiva es «Me gusta»: se hace *click* en la gente que «gusta», es decir, que son como uno mismo. Las diferencias quedan filtradas. Esta misma lógica aparece incluso en los contextos comerciales: si compro un libro en Amazon, recibo un mensaje al efecto: «Peter: si compró el libro X, es probable que también le guste el libro Z». De hecho, la democracia estaría mejor servida si (como expuso Benjamin Barber, recientemente), en lugar de eso, dijeran: «Peter: si le gustó el libro X, debería conocer los puntos de vista alternativos que se encuentran en el libro Z». Pero eso sería esperar demasiado de los mecanismos del mercado...

*A la sombra de la esfera solitaria*

Otra actitud que parece emerger y que resulta preocupante en relación con la participación y la cultura de la democracia es una forma de lo que podemos llamar visibilidad personalizada, que incluye autopromoción y autorrevelación. Cuando la gente, especial-

mente la más joven, se interesa por la política, parece que los patrones de interacción social-digital, cada vez se decantan más hacia lo digital. Papacharissi (2010) sostiene que aunque los ciudadanos digitalmente capacitados pueden ser expertos y reflexivos de muchas formas, generalmente también carecen de los hábitos cívicos del pasado. Por ejemplo, entre los ciudadanos jóvenes de algunas democracias no resulta tan obvio que las manifestaciones en las calles sean necesariamente una forma interesante o eficaz de práctica cívica (y puede que en algunos casos tengan razón, pero desde luego este no es el caso en las actuales insurrecciones del mundo árabe. Por otro lado, el impacto de los movimientos de ocupación de Wall Street y las manifestaciones que están teniendo lugar por todo el sur de Europa en la crisis actual todavía no han sido completamente evaluados).

Por lo tanto, según Papacharissi, gran parte del comportamiento cívico de hoy tiene su origen en ambientes privados, que están dando paso a un nuevo «lenguaje vernacular cívico». Creo que este análisis va por buen camino. Aunque Papacharissi etiqueta este escenario de implicación política como la esfera privada, en mi opinión este término puede resultar engañoso, ya que inmediatamente evoca el (entorno tradicional, de familia acogedora o del hogar.) No hay duda de que esto es una parte del escenario, pero yo en su lugar lo llamaría «la esfera solitaria», para indicar su nuevo carácter histórico. La esfera solitaria puede verse como un hábito históricamente nuevo de participación política *on line*, una nueva plataforma para la intervención cívica.

Desde los recintos cerrados, y a menudo móviles, de conexión a la red de este espacio personalizado, el individuo se implica en una enorme variedad de contextos del mundo exterior. No es necesario que entablemos ningún debate esencialista sobre las diferencias entre la realidad en la red y fuera de la red; será suficiente indicar que tienen distintos usos potenciales, señalan diferentes capacidades sociales y, lo que es más importante, ofrecen espacios distintos de interacción social, frecuentemente con implicaciones diferentes. Estos contrastes pueden ser importantes para la participación política. Es posible que el escenario *on line*, con sus poderosos usos técnicos potenciales, desaliente la implicación más allá

de sí misma. Papacharissi (2010) sugiere que fomenta una retirada a un entorno que mucha gente considera que controla más; a través de la red emerge una sociabilidad, pero *privé*. En la medida en que esto sea verdad, es comprensible, aunque también introduce una nueva contingencia histórica para la participación —que puede apuntar a un nuevo tipo histórico de sistema democrático—. Sin embargo, no deberíamos perder demasiado tiempo intentando predecir el futuro con la bola de cristal cuando todavía queda mucho por hacer en el presente.

### *Modestas esperanzas*

En el campo de fuerza entre los usos potenciales de los nuevos medios de comunicación y las muchas y frecuentemente novedosas prácticas que se generan, pueden emerger nuevos aspectos del yo cívico; estos desarrollos están avanzando a una velocidad de vértigo. En estas interfaces, la ciudadanía mediática puede ser empoderada y empoderar, particularmente en el eje horizontal, conforme los ciudadanos se implican en la política. Las relaciones de poder se actualizan, se hacen visibles y se rebaten. En estas confrontaciones se desarrolla la participación, especialmente en forma de ciudadanía mediática, con sus prácticas e identidades, sus puntos fuertes y sus puntos débiles. La participación, con sus diversos parámetros, necesita los recursos de las culturas cívicas si quiere progresar. En la actualidad, a pesar de las alarmantes circunstancias y las muchas incertidumbres, su futuro histórico todavía permanece abierto.

### BIBLIOGRAFÍA

- Agamben, Giorgio y otros (2011), *Democracy in What State?*, Nueva York, Columbia University Press.
- Bakardjieva, María (2010), «The Internet and subactivism: Cultivating young citizenship in everyday life», en Olsson, T. y Dahlgren, P. (comps.), *Young People, ICTs and Democracy: Theories, Policies, Identities, and Websites*, págs. 129-146.
- Barnett, Clive; Paul Cloke y Nick Clarke (2010), *Globalizing Responsibi-*

- lity: *The Political Rationalities of Ethical Consumption*, Oxford, Wiley-Blackwell.
- Bauman, Zygmunt (2007), *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*, Cambridge, Polity Press (trad. cast.: *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*, Barcelona, Tusquets, 2007).
- Baym, Nancy K. (2010), *Personal Connections in the Digital Age*, Cambridge, Polity Press.
- Brighenti, Andrea Mubi (2010), *Visibility in Social Theory and Social Research*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Carpentier, Nico (2011), *Media and Participation: A Site of Ideological-Democratic Struggle*, Bristol, Intellect.
- Carr, Nicholas (2010), *The Shallows: How the Internet is Changing the Way We Think, Read and Remember*, Londres, Atlantic Books.
- Castells, Manuel (2010), *Communication Power*, Oxford, Oxford University Press (trad. cast.: *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 2011).
- Cohen, Jean y Arato, Andrew (1992), *Civil Society and Political Theory*, Cambridge, MA, MIT Press.
- Corner, John (2011), *Theorising Media: Power, Form and Subjectivity*, Manchester, Manchester University Press.
- Couldry, Nick (2010), *Why Voice Matters: Culture and Politics After Neoliberalism*, Londres, Sage.
- Dahlgren, Peter (2009), *Media and Political Engagement*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Edwards, Michael (2009), *Civil Society*, 2ª ed., Cambridge, Polity Press.
- Fisher, Mark (2009), *Capitalist Realism: Is There No Alternative?*, Ropley, Zero Books.
- Harvey, David (2006), *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford, Oxford University Press (trad. cast.: *Breve historia del neoliberalismo*, Madrid, Akal, 2007).
- , (2011), *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism*, Londres, Profile Books (trad. cast.: *El enigma del capital y la crisis del capitalismo*, Madrid, Akal, 2012).
- Hermes, Joke (2005), *Re-reading Popular Culture*, Oxford, Blackwell.
- Keen, Andrew (2008), *The Cult of the Amateur*, Nueva York, Doubleday.
- Lewis, Jess (2011), *Crisis in the Global Mediasphere: Desire, Displeasure and Cultural Transformation*, Basingstoke, Palgrave.
- Lievrouw, Leah A. (2011), *Alternative and Activist New Media*, Cambridge, Polity Press.
- Micheletti, Michele; Andreas Føllestad y David Stolle (comps.) (2003), *The Politics Behind Products: Exploring Political Consumption Past and Present*, New Brunswick, NJ, Transaction Books.

- Morozov, Evgeny (2011), *The Net Delusion: How Not to Liberate the World*, Londres, Allen Lane.
- Mouffe, Chantal (2005), *On the Political*, Londres, Verso.
- Papacharissi, Zizi (comp.) (2009), *Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication*, Londres, Routledge.
- , (2010), *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*, Cambridge, Polity Press. "le langage vernaculaire civique"
- Reigert, Kristina (comp.) (2007), *Politicoainment: Television's Take on the Real*, Nueva York, Peter Lang Publishers.
- Rosenberry, Jack y Burston, St. John III (comps.) (2010), *Public Journalism 2.0: The promise and Reality of a Citizen-Engaged Press*, Londres, Routledge.
- Schudson, Michael (1998), *The Good Citizen: A History of American Civic Life*, Nueva York, Martin Kessler Books.
- Street, John (1997), *Politics and Popular Culture*, Cambridge, Polity Press (trad. cast.: *Política y cultura popular*, Madrid, Alianza Editorial, 2000).
- Sunstein, Cass (2008), *Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge*, Oxford, Oxford University Press.
- Tunney, Sean y Garrett, Monaghan (comps.) (2010), *Web Journalism: A New Form of Citizenship?*, Brighton, Sussex Academic Press.
- Young, Jock (2007), *The Vertigo of Late Modernity*, Londres, Sage.
- Zoonen, Liesbet Van (2005), *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*, Lanham, MD, Rowman & Littlefield.