

MUTACIONES EN LOS CONCEPTOS DE OPINIÓN PÚBLICA, ESFERA PÚBLICA Y SUS FORMAS DE CONSTRUCCIÓN Y MODULACIÓN

Noelia Macarena Navarrete

Resumen

Este trabajo intenta dar cuenta de las mutaciones sufridas tanto en las nociones de opinión pública y esfera pública, como en sus formas de control y modulación para el ejercicio de la práctica gubernamental. En este sentido, el documento busca explicar la preocupación por la configuración y la conducción de la opinión pública vinculada a la relación entre gobernantes y gobernados desde antes de su aparición en siglo XVI con la figura de Maquiavelo, hasta la conformación de la sociedad civil con la presencia de los tradicionales medios de comunicación y posteriormente el impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Se trata de un escrito que se divide en dos apartados. En el primero expone un recorrido no solo por las principales formas de configuración de la noción de opinión pública y esfera pública, sino que también se explican las transformaciones producidas en los modos de organización de lo social con el ingreso de las Tecnologías de la información y la Comunicación, lo que permitiría que ambas nociones adquirieran nuevas dimensiones. En el segundo apartado se abordan las distintas formas de modulación de la opinión pública a partir de la configuración de la sociedad civil caracterizada por la presencia de los tradicionales medios de comunicación. Es decir, se identificarán los elementos que permiten la fabricación de la opinión y posteriormente se indagará en los dispositivos de control y supervisión de la opinión que son habilitados en el encuentro de los sujetos con las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Palabras claves: Control, Esfera Pública, Medios de Comunicación Masiva, Opinión Pública y Tecnologías de la Información y la Comunicación

MUTATIONS IN THE CONCEPTS OF PUBLIC OPINION, PUBLIC SPHERE AND ITS FORMS OF CONSTRUCTION AND MODULATION

Abstract

This paper tries to account for the mutations suffered both in the notions of public opinion and public sphere, as well as in its forms of control and modulation for the exercise of governmental practice. In this sense, the document seeks to explain the concern for the configuration and conduct of public opinion linked to the relationship between rulers and governed from before its appearance in the sixteenth century with the figure of Machiavelli, to the formation of civil society with the presence of the traditional media and later the impact of the New Technologies of Information and Communication.

It is a writing that is divided into two sections. In the first, it presents a journey not only for the main forms of configuration of the notion of public opinion and public sphere, but also explains the transformations produced in the modes of organization of the social with the entry of Information Technologies and Communication that would allow both notions to take on new dimensions. The second section addresses the different forms of modulation of public opinion based on the configuration of civil society characterized by the presence of traditional media. That is to say, the elements that allow the manufacture of the opinion will be identified and subsequently investigated in the devices of control and supervision of the opinion that are enabled in the encounter of the subjects with the Technologies of the Information and the Communication.

Keywords: Control, Public Sphere, Mass Media, Public opinion, Technology of the information and communication

Introducción

El presente trabajo intenta dar cuenta de las mutaciones sufridas tanto en las nociones de opinión pública y esfera pública, como así también en las formas de control y modulación de la opinión para el ejercicio de la práctica gubernamental. En este sentido, este documento busca explicar la preocupación por la configuración y la conducción de la opinión pública vinculada a la relación entre gobernantes y gobernados desde antes de su aparición en siglo XVI con la figura de Maquiavelo, en donde se pretendía cuidar la imagen del príncipe, hasta la conformación de la sociedad civil, con la presencia de los tradicionales medios de comunicación y posteriormente el impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

De esta manera, este trabajo se divide en dos apartados. En el primero se expone un recorrido por las principales formas de construcción de la noción de opinión pública y esfera pública, las relaciones de poder que se encuentran implícitas en los intercambios que se producen e intentan conducir la opinión de los sujetos con la finalidad de lograr la legitimidad política y los principales lugares en donde se desarrollan estas relaciones de poder. Por otro lado, también se explican las transformaciones sociales producidas en los modos de organización de lo social, las nuevas formas de relación y participación producidas a partir del ingreso de las Tecnologías de la Información y la

Comunicación en la vida cotidiana de los sujetos, que permitieron que la noción de opinión pública y esfera pública adquiriera nuevos ropajes.

En el segundo apartado se abordan las distintas formas de construcción y modulación de la opinión pública relacionada con el ejercicio de la práctica gubernamental. Para ello, iniciamos nuestro recorrido, a partir de la configuración de la sociedad civil con la presencia de los tradicionales medios de comunicación y nos apoyamos en los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas por Lazarsfeld *et al.* (1962) en “The people’s choices” y “The Voting”, en donde se da cuenta de los primeros elementos que intervienen en la construcción y en el control de la opinión. Por último, también se explican los dispositivos de control y supervisión en los procesos de formación de la opinión que son habilitados, a partir del encuentro de los sujetos con las Tecnologías de la Información y la Comunicación. En este último apartado entonces, intentamos dar cuenta de los desplazamientos hacia los espacios de flujo de la práctica gubernamental para controlar la circulación de información y la orientación de la opinión.

Concepciones de esfera pública y opinión pública

Uno de los primeros antecedentes en donde podemos encontrar la preocupación por lo que se conoce como opinión pública vinculada a la relación entre gobernantes y gobernados lo encontramos en el Siglo XVI con la figura de Maquiavelo (1469-1527), a partir de la inquietud por la fama del príncipe. Este pensador, a partir de su obra denominada *El príncipe* intenta explicar el arte de gobernar que estaba presente en Italia a finales del S. XV y principios del S.XVI, es decir, este escrito refleja la realidad política que atravesaba el país durante ese periodo el cual también representaba el momento de transición hacia la edad moderna. En esta obra se sintetizan las formas de gobernar que impregnaban a Italia, a partir del reconocimiento de los tipos de príncipes que operaban en ese momento, las preocupaciones que giraban en torno a ellos y las distintas estrategias que podían ayudar a este tipo de gobernantes a cuidar su reputación para poder mantener y conservar su poder. En este sentido, se asocia el pensamiento de la figura de Maquiavelo con el surgimiento de la comunicación política con la cual se intenta configurar una metodología del arte de gobernar a partir de estrategias discursivas que permitan cuidar y elevar la imagen del príncipe a través

del control de aquello que circulaba en el espacio público. Después con la conformación de la sociedad civil, el desplazamiento de los tradicionales medios de comunicación y posteriormente el impacto de Internet y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, la noción de opinión pública y esfera pública adquirió nuevas dimensiones relacionadas a sus procesos de formación y control.

Para dar cuenta de estas transformaciones podemos partir de la concepción de opinión pública y esfera pública esbozadas por Habermas (1962) en su libro *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Este libro da cuenta del proceso histórico por los que atravesaron ambos conceptos en el contexto europeo durante el periodo que se extiende desde el S. XVII hasta el S. XX, tomando como punto de partida el entramado estructural en el que se apoya la sociedad burguesa para luego poder explicar los acontecimientos que permitieron su transformación durante el transcurso del tiempo mencionado.

Dichas mutaciones están relacionadas con el ingreso de los medios de comunicación, la configuración de los tipos de públicos que se producen con el consumo de información y con los desplazamientos producidos en los terrenos en los que tendría lugar la circulación de la misma. En un principio este autor advierte que con el ingreso de los primeros periódicos políticos a mediados del S.XVII –a partir de los cuales se comenzó a difundir información sobre el comercio y nombramientos entre otros temas- se dio paso a la conformación de un tipo de público denominado *público lector* el cual estaba integrado por “personas privadas racionantes”, es decir burgueses que no tenían el dominio de los asuntos del Estado. Este tipo de público, siguiendo a Habermas, asume las características de un público juez que cumplía la función de criticar o forzar al poder público mediante el uso de aquello que circulaba y formaba parte de la vida pública con la finalidad de lograr legitimación política (1962: 63). Sin embargo, este pensador advierte que durante el transcurso del S.XVIII esta estructura de esfera pública sufriría algunas modificaciones a partir de la introducción de los medios de comunicación en la vida privada de los sujetos provocando así una ampliación de quienes formarían parte de tal público, extendiéndose hasta las pequeñas burguesías industriales y comerciantes (Habermas, 1962: 194). De esta manera, se buscaba integrar a la vida pública a los estamentos más bajos que estaban presentes en la sociedad burguesa a través de su acceso a la cultura que fue posible mediante el abaratamiento de los bienes culturales y la adaptación de los contenidos

a las capacidades de los nuevos receptores (Habermas, 1962: 194). Es decir, esta extensión hacia las zonas más bajas provocó el surgimiento de un nuevo tipo de público consumidor, es decir aquel que tiene sus orígenes en la comercialización de la información como consecuencia de la cultura divulgada por los medios de comunicación con la finalidad de lograr un tipo de integración basada en formas literarias, periodísticas y de entretenimiento (Habermas, 1962: 203). Ante este panorama, compuesto por la combinación de estos dos tipos de públicos y teniendo en cuenta algunos acontecimientos que se desarrollaron durante el S.XIX y que permitieron conseguir la igualdad civil en el S. XX, Habermas plantea la presencia de un tipo de esfera pública fabricada caracterizada por un tipo de opinión que no nace propiamente del público, sino que es conducida a través de distintos elementos. En este sentido, retoma los estudios realizados por Lazarsfeld *et al.* (1962) sobre el comportamiento electoral, para expresar que en el proceso de formación de la opinión intervienen distintos elementos que configuran una esfera pública manipulada por medio de frases políticas que están orientadas a despertar reacciones en el público de electores (Lazarsfeld *et al.*, 1962: 237-247).

A partir de esta breve reseña sobre el pensamiento de Habermas es posible advertir la relevancia que adquieren sus ideas en los estudios relacionados a la opinión pública y esfera pública ya que aborda la preocupación de cómo se produce y quienes integran ambas nociones desde antes de su aparición en el S.XVII hasta su configuración en el XVIII y su posterior mutación extendiéndose hasta el S.XX. En este sentido, el autor plantea la separación de ambos conceptos insinuando que la opinión pública se origina en espacios públicos localizados ilimitados a través de los intercambios que se generan entre quienes integran esos espacios, es decir a partir de lo que la gente dice cuanto habla de manera cotidiana. A su vez sostiene que en el interior de estos intercambios se encuentran implícitas formas de construcción del poder que pueden responder a intereses políticos, ya que advierte que la opinión pública se produce en espacios en donde puede ser conducida con el objetivo de lograr legitimidad política. Aquí se entiende la noción de poder como la capacidad para producir determinados comportamientos en los sujetos. Dicha definición de alguna manera coincide con el pensamiento de Michael Foucault (1988) expresado en su texto *El sujeto y el poder*, en donde plantea que el ejercicio de poder no actúa de manera directa sobre los sujetos, sino sobre sus acciones; en este caso el ejercicio del poder consiste en la conducción de las conductas.

Siguiendo esta perspectiva Mora y Araujo (2012) manifiesta que se trata de un tipo de poder comunicacional que opera en la mente de los sujetos y que radica en la construcción del sentido de las cosas.

“El poder comunicacional opera a través del control de los símbolos o “recursos discursivos”, los cuales en la mente aparentan moverse libremente. Foucault habla de “aparatos masivos de regulación y represión incorporados en la forma de existencia de la sociedad”, operando dentro de la mente de sus miembros” (Mora y Araujo, 2012: 96).

Esta forma de entender el ejercicio del poder para Mora y Araujo (2012) estaría presente en la noción de opinión pública que opera en múltiples espacios públicos, que en principio Habermas reconoce como el espacio para la circulación de la opinión potenciada por la introducción de los primeros periódicos políticos a las cafeterías, plazas, salones, ferias, y conferencias, a los cuales tenían acceso los burgueses que no contaban con dominio del Estado pero buscaban lograr legitimidad política. Luego con la intervención de los medios de comunicación tradicionales en la vida cotidiana de los sujetos de las capas más bajas esos lugares de circulación de la opinión y sus espacios ya no se limitan al público lector burgués sino que ahora también están integrados por el público consumidor originado a partir de la comercialización de la información. Es decir, se expanden los temas, los integrantes, y los lugares en donde se produce la interacción entre las personas, generando espacios donde la conversación cotidiana propone una dinámica de construcción de la opinión pública.

Sin embargo, a partir de una serie de transformaciones vinculadas a las instituciones que intervienen en la organización de lo social y las nuevas formas de relacionamiento y participación asumidas por los sujetos en la construcción del sentido de la realidad, la noción de opinión pública y esfera pública adquirió nuevos ropajes. Dichas transformaciones están relacionadas con el reconocimiento de la libertad de expresión, la libertad para recibir, emitir y producir información, el acceso a los medios de comunicación y a los aparatos digitales y los usos sociales que cobran estos medios en los distintos contextos. Es decir, se trata de características de un tipo de estructura social que es posible reconocer que está presente en el S.XXI y que Castells (2006) denomina como *sociedad red*. Se trata de un tipo de sociedad que emergió a finales del S. XX -extendiéndose hasta nuestro presente- y que para su

funcionamiento se apoya en el “informacionalismo que es un paradigma tecnológico basado en al aumento del procesamiento de la información y en la comunicación digital” (Castells, 2006: 34). Se trata de una forma de organización de lo social que viene a instalar nuevas modalidades de comunicación, de la configuración del espacio y el tiempo y nuevas formas de establecer relaciones de poder y contrapoder.

Teniendo presentes estos cambios en los modos de estructuración de lo social Castells sostiene que la visión Habermasiana acerca de las instituciones y los espacios que constituían lo común o el espacio público se han desvanecido permitiendo así la reconfiguración del concepto de opinión pública y esfera pública, pero sin perder su relación con las formas de construcción del poder ligados a los intereses políticos (2006: 59). En este contexto la construcción de la opinión pública está orientada a crear significados a través de mensajes que ubican a los sujetos en un plano colectivo, se tratan de mensajes que buscan instalar formas de interpretación de la realidad. Por otro lado, debemos mencionar que las tecnologías digitales también modificaron la concepción de espacio público localizado para dar lugar a los espacios de flujos caracterizados por permitir la comunicación instantánea y la participación a través de múltiples conexiones produciendo así una nueva forma de estar juntos (Martín Barbero, 2000).

En este contexto caracterizado por la presencia de los aparatos digitales y los procesos de apropiación que permiten la participación de los sujetos, es que se hace evidente la lucha por la significación a través de lo que Castells (2008) denomina la auto-comunicación de masas. Se trata de un espacio en donde todos tienen la posibilidad de ser emisores y receptores a la vez, este es el nuevo espacio público en donde circula y se expresan los gustos, creencias, valoraciones y posicionamientos políticos, es decir es el nuevo espacio para la circulación de la opinión.

En este sentido el acceso a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación e Internet se muestra como la posibilidad para crear un lugar que permite la comunicación horizontal, rompiendo las barreras del espacio geográfico y el tiempo y en donde la “opinión pública tiene que ver con la relación que mantiene el ciudadano con los relatos del presente” (García, 2010:14). En este aspecto cabe mencionar que esta forma de configuración de la opinión pública es diferente a la que se planteaba en épocas anteriores, ya que en este contexto el sujeto tiene la posibilidad de interactuar con el pasado

pero no a través de relatos transmitidos de generación a generación sino a través de documentos audiovisuales, sonoros y escritos digitalizados (García, 2010).

Estos cambios en los modos de la lucha por la significación, permiten la creación de múltiples esferas públicas caracterizadas por las conexiones simultáneas que mantienen las personas y por sus formas de presentar la realidad de los acontecimientos que afectan a la sociedad. En palabras de Sampedro y Resina de la Fuente (2010), estas esferas públicas pueden resumirse bajo dos dimensiones. La primera se trata de una esfera pública central (mayoría) compuesta por las instituciones políticas hegemónicas que cuentan con los recursos para instalar sus discursos; y la segunda se trata de distintas esferas públicas periféricas (minorías), las cuales están compuestas por los colectivos sociales que sostienen discursos de la realidad subalternos a los expresados por las instituciones hegemónicas.

A partir de este rastillaje por los diferentes modos de configuración de la opinión y de su espacio de circulación vinculados a las formas de relacionamiento entre los gobernantes y gobernados es que advertimos que es posible reconocer dispositivos de control y modulación de la opinión propios de cada contexto.

Transformaciones en las formas de construir y moldear la opinión pública

Para dar cuenta de las mutaciones en las formas de construcción y modulación de la opinión pública en el arte de gobernar, partimos de la configuración de la sociedad civil con la presencia de los tradicionales medios de comunicación y nos apoyamos en las obras de Rospir (2004) “Lazarsfeld in memoriam. The people’s choice y voting cumplen sesenta y cincuenta años” y Pooley (2006)¹ “Influence, Edward Shils, and the Remembered History of Mass Communication Research”. Estos autores recogen el pensamiento de las investigaciones de Lazarsfeld *et al.* (1962) en “The people’s choices” y “The Voting” para explicar la importancia de la opinión pública en los procesos electorales, como así también los factores que intervienen en su construcción y control. Estas investigaciones fueron desarrolladas en distintos condados de los Estados Unidos y representan uno de los primeros

1- Traducción Propia

estudios que buscan revelar los elementos que intervienen en el proceso de formación de opinión deteniéndose en analizar el rol que juegan los medios de comunicación particularmente la radio y la prensa (Lazarsfeld, 1953). El desarrollo de estas investigaciones en el caso del estudio conocido como “The people’s choices” fue implementado en el año 1940 en Erie County, durante la campaña presidencial de dos candidatos pertenecientes a distintos partidos y “The Voting” fue realizada en el año 1948 en la ciudad de Elmira. Cabe destacar que para efectuar ambos estudios Lazarsfeld hizo uso de una misma metodología que contaba con dos instancias, la primera consistía en comparar las convicciones de la población muestra luego de haber sido expuesta a un mensaje con la finalidad de medir la factibilidad del mismo y la segunda buscaba indagar en los mecanismos de opinión que operaron durante el tiempo que duró la campaña electoral (Azumendi, s.f).

En este sentido los autores mencionados retomaron los resultados de dichas investigaciones para reforzar las conclusiones arribadas en estos estudios de que en el momento de tomar decisiones operan en la mente de los sujetos distintos dispositivos que influyen en ellos, tales como el rol de los medios de comunicación, la conversación cara a cara, los líderes de opinión (Rospir, 2004) y la influencia de los grupos pequeños (Pooley, 2006).

Con respecto al rol de los medios de comunicación -particularmente de la prensa- y de la radio, se pensaba que estos podían ejercer efectos en los sujetos a través de sus discursos, es por esta razón que tales estudios se centraban en indagar los efectos de la propaganda en el cambio de opinión o en la intención del voto. Sin embargo, con el desarrollo de las investigaciones se pudo comprobar que el poder que podían ejercer los medios era una creencia equivocada, y que solo se trataba de efectos limitados en los sujetos.

Estas consideraciones sobre los efectos limitados de los medios de comunicación para Pooley (2006), tienen su origen en el reconocimiento de las transformaciones producidas en las formas de organización social, es decir se configura una imagen de la sociedad en donde predominan los lazos primarios que se establecen en los pequeños grupos. Esto significa que ya no se piensa a la sociedad como una masa atomizada sino que cobran importancia las formas de vida asociativas a partir de la conformación de pequeños grupos.

Teniendo en cuenta estas transformaciones en las formas de composición social, los resultados obtenidos de los estudios de opinión pública realizados por Lazarsfeld *et al.* (1962) explicaron que el uso de los medios de comunicación no basta para generar efectos en el comportamiento de

los sujetos, sino que también es necesaria la presencia de otros factores propios de las formas de organización mencionada. En este sentido, en los resultados de “The people’s choices” y “The Voting” se identifica que para la construcción o conducción de la opinión resultan necesarios otros factores como la conversación o la presencia de los líderes de opinión. En efecto, este autor sostiene que el contacto personal directo, es decir las conversaciones cara a cara son más efectivas a la hora de conducir u orientar la opinión de los sujetos.

Es en este contexto en el que se hace evidente que ya no se piensa en la masa atomizada de individuos a quienes tiene que alcanzar la propaganda sino en la conformación de determinados grupos que comparten ciertas creencias, sociales, culturales y políticas, a partir de las cuales realizan sus interpretaciones de lo que reciben de los medios. Los líderes de opinión, en este contexto, cumplen la función de intermediarios entre los medios de comunicación y los demás integrantes del grupo. Estos líderes de opinión son los encargados de manifestar a los integrantes del grupo su opinión sobre asuntos importantes, permitiendo así dar forma o conducir la opinión o el comportamiento de los integrantes. Este mecanismo de conducción de la opinión de los gobernados fue denominado por Lazarsfeld *et al.* (1962) “la cristalización de la opinión”, que se produce a partir de las interacciones que se tejen entre los miembros del grupo con el objetivo de reforzar sus ideales para conseguir una opinión clara, compartida y definida.

En este sentido, es a partir de estas primeras investigaciones realizadas por Lazarsfeld *et al.* (1962) que se advierte que la opinión no es algo que se desarrolla por sí mismo sino que es posible fabricarla, a través de personas que tienen como objetivo ocuparse de los asuntos públicos y que con sus discursos aspiran a crear o dirigir la opinión de los demás sujetos.

Teniendo en cuenta estas conclusiones pensamos que, en el encuentro de los sujetos con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, es posible reconocer dispositivos que operan en el proceso de opinión (cómo se gestionan las formas de opinión) y en la modulación de las conductas de la población. Creemos que en el marco de las libertades que se efectivizan con el derecho a la comunicación, tales como la libertad de expresión, la libertad para recibir, emitir y producir información, y que determinaron el uso de estos aparatos tecnológico, es posible reconocer tecnologías gubernamentales que permiten organizar el comportamiento de los sujetos.

Para dar cuenta de las formas de construcción que puede tomar la opinión en este contexto nos apoyaremos en el término de modulación originado por Bădescu (2006) y que es retomado por la corriente de estudios vinculados a la biopolítica informacional y la psicopolítica para explicar las orientaciones y las formas de supervisión que puede adquirir la misma. Dichas corrientes sostienen que en este contexto caracterizado por la presencia de ordenadores informáticos, las relaciones de poder para la conducción de la conducta se basarían en el control del movimiento de los sujetos. Se trata de la puesta en práctica de técnicas y procedimientos gubernamentales que operan a distancia mediante el sentimiento de libertad de los individuos para desarrollo de una vigilancia silenciosa de sus movimientos.

En este sentido Lazaratto (2007) advierte que el control de la opinión pública que opera mediante este sentimiento de libertad y vigilancia silenciosa es un dispositivo de poder que actúa en la mente y en la memoria de los sujetos.

“Así pues, el control de la opinión pública es un dispositivo de poder que habría que agregar a los dispositivos disciplinarios y al dispositivo biopolítico [...]. Si la cooperación entre cerebros se da entre individuos, los medias actúan a distancia sobre los individuos. Pero el problema es: ¿sobre qué actúan? Justamente sobre el cerebro. Una de las características del cuerpo disciplinario es que Foucault lo define como un cuerpo mudo, un cuerpo que no habla; mientras que aquí, en los dispositivos de control de la opinión pública, el poder se dirige a una parte específica del cuerpo, a una evolución del sistema nervioso que se llama cerebro, y más específicamente, a funciones cerebrales como la memoria. Hay técnicas de poder que actúan en situaciones diferentes. En el dispositivo disciplinario tenemos un individuo-cuerpo sin palabra, mudo; en el dispositivo biopolítica tenemos masa-población y condiciones de la vida; y en los dispositivos de control de la opinión pública, por el contrario, tenemos funciones cerebrales intelectuales y memoria, sobre todo memoria” (Lazaratto, 2007: 115-116).

Aquí, la memoria y la atención se transforman en los elementos claves en los que es necesario intervenir para la configuración y conducción de la opinión y para ello Lazaratto (2006) advierte el surgimiento de nuevas formas de poder que operan mediante estas tecnologías que permiten la acción a distancia y que son denominadas como técnicas de la noo-política siguiendo el concepto del sociólogo rumano Bădescu (2006). Este término

hace referencia a un conjunto de técnicas de control que se ejercen sobre el cerebro y su función más importante es la modulación de la memoria a través de contenidos digitales que son puestos en circulación en los espacios de flujos para lograr la construcción de la opinión pública, la percepción y el capital mental o inteligencia colectiva.

En sintonía con este pensamiento, Byung (2014) sostiene que en estos escenarios caracterizados por aparatos tecnológicos y en donde las relaciones de poder se basan en la supervisión del movimiento de los sujetos, es posible reconocer la puesta en práctica de un panóptico digital, el cual hace uso del sentimiento de libertad que impera en quienes navegan en los espacios de flujos. Aquí, lo novedoso de este panóptico radica en que sus integrantes colaboran en la construcción y conservación del mismo a través de ese sentimiento de libertad que se puede advertir mediante la hipercomunicación. Se trata del “panóptico digital que funciona sin ninguna óptica perspectivista. Esto constituye su eficiencia. La iluminación no perspectivista es más eficaz que la vigilancia perspectivista, porque puede producirse desde todos los lados, desde todas partes; es más, desde cada una de ellas” (Byung, 2014: 88).

Desde la perspectiva psicopolítica se advierte la presencia de un dispositivo de control que es posibilitado por la puesta en juego de ordenadores informáticos que hacen uso de una vigilancia pasiva, pero que apuntan a realizar un control activo de los movimientos de los sujetos mediante la simulación de la libertad y la comunicación ilimitada. Esto significa que, en la puesta en práctica de este dispositivo de control se esconden formas de ejercicio del poder que permiten orientar la conducta de los sujetos, pero que adquieren una forma abstracta, en el sentido de que no es visible para el sujeto ya que este no es consciente de su sometimiento. Es decir, estamos ante un tipo de “poder inteligente, amable, [que] no opera de frente contra la voluntad de los sujetos sometidos, sino que se dirige esa voluntad a su favor. Es más afirmativo que negador, mas seductor que represor” (Byung, 2014: 29).

Se trata de un tipo de poder que opera mediante la explotación de la sensación de libertad impulsando la participación y exposición de nuestra vida en donde pone en práctica instrumentos de control y modulación de la opinión como la conversación y el big data.

La conversación como factor que interviene en la construcción de la opinión en este contexto se hace presente a través de la escritura lineal, en múltiples plataformas en donde los sujetos expresan lo que sienten o lo que

piensan. En estos espacios de flujos, la conversación se entiende en el sentido de intercambio en donde cada posteo, comentarios, transacción, inacción, reacción se interpreta en términos de una conversación (Dean, 2010)². Es en estos espacios en donde la gente discute o publica su pensamiento sobre las realidades. Lazaratto (2006) advierte que en la conversación es posible reconocer la apropiación y trasmisión de palabras que no son propias y que buscan instalar mensajes en la mente de los sujetos. Es decir, “la conversación representa el medio viviente, el agenciamiento colectivo de expresión donde se forjan los deseos y las creencias que constituyen las condiciones de toda formación de valores” (Lazaratto, 2006: 156).

En este sentido, la conversación se convierte en uno de los agenciamientos más importantes para la trasmisión de discursos, ya que ocupa un lugar estratégico en la memoria, posicionándose de este modo en un elemento que interviene en la constitución y orientación de opinión pública.

Por su parte, el big data para Byung (2014) es un instrumento psicopolítico que permite obtener un conocimiento integral sobre los sujetos a través del almacenamiento de grandes volúmenes de información que se recogen de las conversaciones mantenidas por los mismos en las distintas plataformas. Se trata de un conocimiento de dominación que permite predecir el comportamiento humano a través de los pronósticos que es posible realizar por medio de los datos recogidos de las personas.

Teniendo en cuenta estos antecedentes en materia de control y supervisión de la opinión se podría pensar que las prácticas comunicativas en los espacios-flujos que disfrutamos y que nos permiten conectarnos con otros a distancia, son en realidad prácticas que terminan provocando nuestro sometimiento a través de estas nuevas formas de explotación y control mencionadas.

Conclusión

Partiendo de estas referencias podemos advertir las mutaciones por las que atravesó la noción de opinión pública y esfera pública desde antes de la configuración de ambos conceptos hasta nuestro presente, como así también las evoluciones que se produjeron en los modos de conducir o modular la opinión. En este sentido, es posible reconocer las transformaciones que sufrieron ambas nociones a partir de del ingreso de los medios de

2- Traducción Propia

comunicación, en un principio con la prensa periódica a la que tenían acceso solo las personas privadas del público burgués, pero que posteriormente se extendió hasta las capas más bajas de este tipo de sociedad ampliando de ese modo los lugares y las personas que constituían la esfera pública y que participaba en la construcción de la opinión.

Así mismo es posible advertir que estas primeras ideas esbozadas por Habermas (1962) fueron cambiando como consecuencia de las nuevas formas de relacionamiento y comunicación producidas por el acceso de los medios de comunicación y los aparatos digitales propios del tipo de sociedad que plantea Manuel Castells (2006, 2008). Es decir, este autor advierte que ante esta nueva forma de organización de lo social, la visión Habermasiana acerca de las instituciones y los espacios que constituían lo común o el espacio público se han desvanecido para dar paso a un tipo de opinión que está orientada a crear formas de interpretación donde se configuran múltiples esferas públicas periféricas.

Por otro lado, también es posible advertir que la preocupación por controlar aquello que se conoce como opinión pública y que circula en el espacio público estaría presente desde la época de Maquiavelo hasta nuestros días. Para dar cuenta de estas preocupaciones nos apoyamos en los estudios de Lazarfeld *et al.* (1963) que buscan revelar los elementos que intervienen en el proceso de formación de opinión deteniéndose en analizar el rol que juegan los medios de comunicación -particularmente la radio y la prensa- durante una campaña presidencial. En este sentido, estas investigaciones revelaron que es posible la fabricación de la opinión mediante el uso de mecanismos como la propaganda, el reconocimiento de los pequeños grupos, los líderes de opinión y las conversaciones cara a cara. Sin embargo, a estos primeros mecanismos de fabricación de la opinión con el advenimiento de la sociedad - red se le fueron sumando otros derivados de los estudios de psicopolítica y biopolítica informacional como es la noo-política que expresa la necesidad de operar en la memoria de los sujetos, las conversaciones lineales y el big data.

En definitiva, este trabajo aborda por un lado las mutaciones que adquirió la noción de opinión pública y esfera pública como consecuencia de la intervención en un principio de los tradicionales medios de comunicación y posteriormente con la irrupción de las nuevas tecnologías de la información en la vida cotidiana de los sujetos. Y por otro las principales formas o mecanismos que intervienen en la formación y supervisión de la opinión.

BIBLIOGRAFÍA

Azumendi J. (s. f). “Paul Lazarsfeld y el pueblo elige”. Recuperado de: http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM197716_76-88.pdf, con acceso el 06/01/2018.

Bădescu, I. (2006). *Noopolitica. Sociologie noologica, teoria fenomenelor asicrone*. București: Mica Valahie.

Byung C. (2013). *La sociedad de la Transparencia*. Barcelona: Herder.

Byung C. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder.

Castells M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza

Castells M. (2008). “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II). Los nuevos espacios de la comunicación”. *Telos*, 75, Abril - Junio. [<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=1&rev=75.htm>, con acceso el 09/09/2017].

Dean J. (2010). *Blog Theory Feedback and Capture in the Circuits of Drive*. Estados Unidos: Polity Press.

Foucault, M. (1988). “El sujeto y el poder”. En *Mexicana de Sociología*, 3. México: Universidad Autónoma de México. [<http://terceridad.net/wordpress/wp-content/uploads/2011/10/Foucault-M.-El-sujeto-y-el-poder.pdf>, con acceso el 16/05/2016].

García J. (2010). “La opinión pública en la sociedad de la información: un fenómeno social en permanente cambio”. *BROCAR*, N°34. España: Universidad de Málaga. [<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3813224.pdf>, con acceso el 15/02/2017]

Lazarsfeld, P. (1953) “La campaña electoral ha terminado”. En *Public Opinion Quarterly*, 53. [<https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2011/05/5-lazarsfeld-paul-felix-la-campac3b1a-electoral-ha-terminado.pdf>]. Con acceso el 06/01/2018.

Lazarsfeld, P.; Berelson, B. y Gaudet, H. (1962). “El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial”. En *Nombre Falso* 3, Buenos Aires. https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/lazarsfeld1.pdf, con acceso el 10/08/2017.

Lazzarato, M. (2006). *Políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Lazzarato, M. (2007). *La filosofía de la diferencia y el pensamiento menor*. Bogotá: Iesco.

Maquiavelo N. (s.f). *El príncipe*. España: Calpe S.A.

Martín Barbero J. (2000). “Trasformaciones Comunicativas y Tecnológicas de lo Público”. En www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.doc. Con acceso el 09/09/2017.

Mora y Araujo, M. (2012). *El poder de la conversación: elementos para una teoría de la opinión pública*. Tomo I-La opinión pública. Buenos Aires: La Crujía.

Pooley J. (2006). “That Shook the Field: Personal Influence, Edward Shils, and the Remembered History of Mass Communication Research”. *ANNALS, AAPSS*, 608. [<http://www.jeffpooley.com/pubs/AnnalsPooley2006.pdf>. Con acceso el 16/08/2017].

Rospir, J. (2004). “Lazarsfeld in memoriam. The People’s Choice y voting cumplen sesenta y cincuenta años”. En *Doxa Comunicación*, 2. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. <http://www.doxacomunicacion.es/pdf/articulorospir.pdf>. Con acceso el 24/08/2017

Sampedro V. y Resina de la Fuente, J. (2010). “Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red”. En *Ayer*, 80. Madrid: Asociación de Historia Contemporánea. <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/Ayer80SampedroyResina.pdf>. Con acceso el 09/09/17.

Artículo recibido: 1/10/2017

Artículo aceptado: 05/02/2018

NOELIA MACARENA NAVARRETE

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Salta – S.R.T. Técnica Universitaria en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Salta – S.R.T. Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades con orientación en comunicación de la Universidad Nacional de Quilmes en curso. Miembro del Proyecto de Investigación CIUNSA N° 2366/0 “Gubernamentalidades Neoliberales, Poder Pastoral y Critic. noelia_navarrete@hotmail.com.ar