

Amb Habermas i més enllà. El rol del que és digital i el que és afectiu en la formació d'opinió pública

 **MARTA CAMBRONERO-GARBAJOSA** Universitat Oberta de Catalunya (Espanya) macambronero@uoc.edu

Resum

Aquest article ofereix una reflexió teòrica sobre la vigència i els límits del concepte d'esfera pública a Habermas, com a eina per analitzar l'opinió pública, ateses les transformacions recents del sistema de mitjans. D'una banda, la digitalització ha tingut diversos impactes sobre els mitjans en què es donen els debats públics. D'altra banda, l'afectiu es considera un element clau en l'articulació de públics en mitjans digitals. Partint del valor normatiu del concepte d'esfera pública a Habermas, s'argumenta que aquest enfocament es pot beneficiar dels models descriptius d'opinió pública, més ben equipats per a la caracterització de les dinàmiques d'opinió dels públics en el sistema de mitjans actual. Posar el focus en la descripció de les dinàmiques d'opinió en els mitjans socials obre un diàleg amb les teories dels sistemes complexos i permet formular noves hipòtesis per a l'estudi crític i interdisciplinari de la formació d'opinió pública en l'espai digital.

Paraules clau

Opinió pública, esfera pública, digitalització, gatekeeping, framing, afectes, públics afectius, sistemes complexos, interdisciplinarietat.

Abstract

This article offers a theoretical reflection on the validity and limits of Habermas' concept of the public sphere as a tool for analysing public opinion, given the recent transformations in the media system. On one hand, digitalisation has had various impacts on the media where public debates take place. On the other, the affective aspect is considered a key element in the articulation of publics in digital media. Building on the normative value of Habermas' concept of the public sphere, it is argued that such an approach can benefit from descriptive models of public opinion, which are better equipped to characterise the dynamics of public opinion in the current media system. Focusing on the description of opinion dynamics in social media opens a dialogue with complex systems theories and allows for the formulation of new hypotheses for the critical and interdisciplinary study of shaping public opinion in the digital space.

Keywords

Public opinion, public sphere, digitalisation, gatekeeping, framing, affect, affective publics, complex systems, interdisciplinarity.

Rebut: 4/7/2025 / Revisat: 30/10/2025 / Acceptat: 2/12/2025

Com citar:

Cambronero-Garbijosa, M. (2026). Amb Habermas i més enllà. El rol del que és digital i el que és afectiu en la formació d'opinió pública. *Quaderns del CAC*, 52, 5-17. doi: <https://doi.org/10.60940/qcac52id9800196>

1. Introducció

El treball teòric de Habermas i, en particular, la seva obra *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society* (1962 trans. 1989), ha estat i encara és fonamental per comprendre el rol que té l'esfera pública en les democràcies contemporànies. Tanmateix, l'enfocament normatiu de Habermas, crucial per ubicar de manera crítica la funció d'aquesta esfera pública en relació amb les institucions de l'Estat i del mercat, es pot beneficiar de col·laboracions renovades amb els enfocaments descriptius, més adequats per analitzar la formació d'opinió pública en un escenari mediàtic i comunicatiu caracteritzat per la digitalització i pel pes creixent del que és afectiu en la formació de públics en línia. Aquest article presenta una clarificació conceptual tant d'algunes de les principals aportacions de Habermas sobre esfera i opinió pública com dels impactes que ha tingut la digitalització en com es forma l'opinió pública avui dia.

Amb aquesta proposta no es pretén "relativitzar els estàndards normatius en favor del reconeixement d'uns públics digitals cada cop més proliferants" (Riescher et al., 2020, p.16), sinó reconèixer la potència dels models normatius per fer teoria crítica, però diferenciant-la dels enfocaments descriptius, més ben equipats per caracteritzar els públics digitals en el sistema de mitjans actual. Per a això, es proposa complementar la noció *habermasiana* d'opinió pública amb la utilitzada per Noelle-Neumann en la seva teoria de l'espiral del silenci (1974; 1977) com a eina per descriure les dinàmiques d'opinió en els mitjans socials i interactius, cosa que al seu torn obre vies de col·laboració amb altres disciplines interessades en l'estudi de l'opinió pública. Aquesta diferenciació entre l'enfocament normatiu i l'enfocament empíric de l'esfera i l'opinió públiques pot resultar d'ajuda per a investigadors que s'estiguin iniciant en aquestes disciplines. Cal advertir que l'article no pretén abastar una crítica completa de l'enfocament normatiu, sinó sumar una peça més al procés de pensar de manera col·lectiva com tant el model normatiu com el model descriptiu es poden beneficiar mútuament de la col·laboració. El primer, d'accedir a una granularitat més gran sobre els elements i els processos que faciliten o obstaculitzen la institucionalització d'opinió pública en les condicions mediàtiques actuals. El segon, d'incorporar l'anàlisi crítica en les seves examinacions empíriques. Tot seguit es resumeixen els continguts que es presentaran a cada secció de l'article.

La secció 2 introdueix les definicions de Habermas sobre conceptes com *esfera pública*, *opinió pública* i *públics*. A més, s'hi expliquen les dues transformacions que ha viscut l'esfera pública en les societats democràtiques, segons aquest mateix autor: una de discursiva, localitzada en els processos socials que van dur la burgesia al poder al segle

xix; i una altra de mediàtica, que té a veure amb el domini progressiu dels mitjans de comunicació centralitzats i de masses al segle xx. A l'últim, s'hi explica quin és el valor específic de l'aportació normativa de Habermas i s'argumenta sobre per què resulta limitada per descriure les condicions reals en què es forma l'opinió pública en l'actualitat, cada vegada més allunyades de l'estàndard normatiu.

La secció 3 presenta alguns dels impactes clau que ha tingut la digitalització en els mitjans de comunicació que constitueixen l'arena sobre la qual es donen els debats públics. En primer lloc, aborda la plataformització dels mitjans socials. En segon, les transformacions en les funcions de regulació del flux informatiu —de les quals aquí es destaquen el *gatekeeping* i el *framing*—, ara travessades per les lògiques de les plataformes mateixes i del nou sistema híbrid de mitjans en el seu conjunt. Algunes conseqüències d'aquestes transformacions tenen a veure amb l'ampliació del nombre d'actors que participen en la selecció de temes i enfocaments que entren en l'agenda pública dels mitjans i amb la reducció del temps disponible per a la intervenció en els debats públics que susciten aquests temes per part dels diferents actors socials i polítics que poden tenir interès a prendre-hi part.

A la secció 4 es presenta el concepte de *públics afectius* i es proposa estendre l'atenció cap a la noció d'opinió pública que va seguir Noelle-Neumann en les investigacions que van donar com a resultat la seva teoria de l'espiral del silenci (1974; 1977). Els públics es formen a partir de l'organització de l'atenció de les audiències al voltant dels mateixos temes i enfocaments. Sempre han estat canviants, múltiples i adaptables a l'evolució del context. El que resulta més innovador en la formació de públics avui dia és que s'aglutinen a partir d'afectes, d'una sensibilitat compartida, que es transmeten a través dels mitjans digitals i interactius. Ateses les condicions espacials (multiplicació d'actors) i temporals (reducció del temps disponible per intervenir) del sistema de mitjans actual, la idea que les dinàmiques d'opinió pública se sustenten sobre la base que els individus senten "pressió" per identificar-se amb una opinió per no veure's aïllats socialment (fonament de la teoria de l'espiral del silenci) ha pres un interès renovat com a model per descriure els processos de formació d'opinió pública. Aquest canvi de focus sobre la noció d'opinió pública permet, a més, obrir noves perspectives per a la recerca interdisciplinària en diàleg amb algunes teories dels sistemes complexos, com s'explicarà més endavant.

Finalment, l'article tanca amb una secció de conclusions on es proposen línies de recerca futura que poden sorgir a partir d'un contagi més alt entre els models normatiu-crític i descriptiu-empíric d'esfera i opinió públiques esbossats al llarg de l'article.

2. El model normatiu d'esfera pública a Habermas

2.1. Esfera pública, opinió pública i públic

El terme *esfera pública* fa referència a qualsevol «àmbit de la vida social en què es pot formar quelcom semblant a una "opinió pública"» (Habermas, 1964). Per *opinió pública* s'entén "la tasca de crítica i de control que un cos públic de ciutadans exerceix davant l'estructura dirigent organitzada en forma d'Estat" (Habermas, 1964). Aquest "cos públic de ciutadans" és el que popularment es coneix com a *públic*. Aquest conjunt de conceptes va sorgir de l'obra influent de Habermas *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society* (1962 trans. 1989). En aquesta obra, Habermas va analitzar els canvis socials i polítics que van acompanyar les transformacions de l'esfera pública (com a esfera diferenciada de l'esfera privada o "del que és domèstic") des de l'Edat Mitjana fins a la seva època. En aquest recorregut històric, va identificar en el pas de la societat de l'Edat Mitjana –caracteritzada pel domini polític de les monarquies i per una absència de separació forta entre esfera pública i privada– a la primera Edat Moderna (segles XVII i XVIII) el sorgiment d'una "esfera pública" en què les persones i els grups socials formaven la seva opinió mitjançant l'expressió d'idees en diaris i la discussió d'aquestes idees en tertúlies i cafès.

Per Habermas (1989), el procés conjunt de, d'una banda, la separació entre esfera pública i privada, i, de l'altra, el sorgiment d'una opinió que es formava mitjançant l'exposició i la discussió pública d'idees, presentava un "potencial" democràtic per a la formació d'una esfera pública que pogués ser autònoma de l'Estat i del mercat, i que pogués tenir "funció política" pròpia, concretament la de servir a l'activitat de "crítica i control" polític dels ciutadans. Perquè aquest potencial s'hagués realitzat, l'esfera pública hauria d'haver complert, segons l'autor mateix, amb dos requisits fonamentals: ser accessible a tots els ciutadans i afavorir unes condicions mínimes per al debat públic d'idees sobre els assumptes polítics. La teoria de l'esfera pública de Habermas s'ha d'entendre com un model normatiu que l'autor obté a partir del mètode de "crítica immanent", amb el qual es contrasta l'*ideal* proclamat per una societat amb la *realitat* que aquesta produeix per desvetllar el caràcter ideològic d'aquesta proclamació (Fuchs, 2014). Aquest mètode permet a l'analista realitzar una crítica de la societat a partir de "les normes que utilitza l'objecte criticat mateix", en lloc de fer-ho des de "normes justificades de manera independent" (Stahl, 2013) –la qual cosa passa per avaluar la qualitat de l'esfera pública a partir de models específics de democràcia, com el liberal representatiu, el participatiu o l'autonomista, per citar-ne alguns (Dahlberg, 2011; Ferrer et al., 2002).

2.2. Les dues transformacions estructurals de l'esfera pública

En concret, dues transformacions estructurals haurien acabat amb aquell potencial democratitzador inicial de l'esfera pública, segons Habermas (1989). La primera gran transformació té a veure amb les pugnes pel poder que mantenien els diferents grups de la burgesia –la nova classe social en auge durant l'època–, que van resultar en una apropiació de la noció d'*opinió pública*. Diversos grups de la burgesia intentaven fer passar la seva opinió *de part* com a opinió sorgida dels debats públics i, per tant, representativa de tota la societat. Fraser (1992) va interpretar aquest moviment dels grups de poder burgesos com a part d'un altre de més general en el qual la burgesia en el seu conjunt es presentava a si mateixa com a "classe universal", per així "legitimar una forma de domini emergent" sobre altres sectors socials emergents, com la classe obrera o el feminisme de la primera onada. Es podria dir llavors que la burgesia es va situar com a classe dominant en la societat –davant l'aristocràcia, per dalt, i la classe obrera i les dones, per baix– en part a través de la presentació pública dels seus interessos i opinions particulars com els interessos i opinions generals de la societat.

La segona gran transformació de l'esfera pública la va situar Habermas (1989) en el pas d'un sistema de mitjans per a la formació d'opinió pública basat en la publicació d'idees en diaris i la seva discussió pública en tertúlies i cafès en una societat dominada per un sistema de mitjans de comunicació de masses. En aquesta societat, els mitjans de comunicació, a més de ser més nombrosos (als diaris s'hi van sumar les agències, la ràdio i la televisió), estaven fortament centralitzats i mercantilitzats per unes poques empreses que s'encarregaven de la "producció institucionalitzada" i la "difusió generalitzada" de la informació pública (Thompson, 1998: p. 46-47). Els mitjans de comunicació de masses difonien generalment les idees que eren més favorables als interessos de la classe dominant (Habermas, 1989). El potencial per establir una esfera pública autònoma del poder econòmic i polític, si ja havia iniciat el seu "procés de descomposició" amb l'accés de la burgesia al poder, a mitjan segle XX havia esdevingut "insignificant" a causa del control que exercien els mitjans de comunicació de masses sobre els fluxos d'informació i els processos de formació d'opinió pública (Habermas, 1989: p. 25).

Aquestes dues grans transformacions de l'esfera pública, que segons Habermas van impedir que completés el seu potencial democràtic, són, formalment, de dos tipus o ordres: un de discursiu i un altre de mediàtic. Mentre la primera transformació té a veure amb l'apropriació discursiva de la noció mateixa d'*opinió pública* –realitzada per la burgesia amb el propòsit de fixar un canvi d'estructura social favorable als seus interessos de

classe—, la segona està relacionada amb el canvi estructural patit en el sistema de mitjans de comunicació —en el pas d'un model dominat per diaris i tertúlies més o menys distribuïts a un model de grans empreses mediàtiques centralitzades i controlades per les classes dominants— i, en conseqüència, en els processos de formació d'opinió pública.

2.3. Aportacions i limitacions del model normatiu per descriure l'arena pública

La importància que té la formació d'opinió pública com a "principi organitzatiu" de l'ordre polític i social fa del model normatiu *habermasià* d'esfera pública una eina encara valuosa per a "la comprensió sistemàtica" de la societat (Habermas, 1989: p. 25-26). En particular, en el tema que aquí ocupa, per avaluar si "la societat civil, a través d'espais públics autònoms i capaços de prou ressonància, desenvolupa la vitalitat i els impulsos necessaris com perquè conflictes que es produeixen a la perifèria se'ls aconsegueixi transferir al sistema polític" (Habermas, 1998: p. 499). Realitzar aquesta avaluació requereix aprofundir sobre la qüestió del poder, en concret la "circulació democràtica del poder" des de la formació d'un poder social fins a la seva possible influència en el sistema polític i les intervencions que pot introduir en aquests processos el poder comunicatiu (Habermas, 1998: p. 498). Qualsevol estudi sobre l'esfera pública que pretengui connectar-se amb les teories de la democràcia hauria de seguir aquesta dimensió del concepte.

Ara bé, si el que l'analista desitja és examinar empíricament les dinàmiques de formació de públics digitals en el sistema de mitjans actual, trobarà que les eines del model normatiu sovint no són del tot operatives —quelcom d'esperar, ja que el seu objectiu fonamental és la crítica i no pas la descripció de l'opinió pública. Vegeu si no com Habermas, en un dels seus escrits més recents, es va referir a les dinàmiques d'aquests públics com "l'expansió centrífuga de la comunicació accelerada de manera simultània a un nombre arbitrari de participants a distàncies arbitràries [que] genera una força explosiva ambivalent" (Habermas, 2022). La caracterització d'aquests participants (qui són) i de les seves accions (de quina manera generen aquesta expansió centrífuga i explosiva) són tasques per a les quals, sembla, s'han d'utilitzar altres eines. Assenyalar aquest límit del model normatiu no s'ha d'entendre, de cap manera, com un intent per descafeïnar la seva aportació crítica en favor de meres descripcions empíriques. El que es proposa és reconèixer el seu abast limitat com un punt de partida des del qual construir col·laboracions amb altres disciplines, que poden ser potencialment fructíferes per reforçar una versió actualitzada de la visió normativa de l'esfera pública.

Amb tot, Habermas mateix (1994) va desenvolupar un model "discursiu" de democràcia que encara avui resulta

útil per aplicar a l'estudi dels processos de formació d'opinió pública. Davant el model "liberal", que entén la democràcia com una "competència d'interessos" entre parts socials, a les quals atribueixen igualtat d'oportunitats per defensar els seus interessos privats, i el model "republicà", que parteix de l'ideal d'una ciutadania que hauria de formar part del mateix "consens", el model discursiu reconeix l'existència de parts socials amb diferents interessos polítics i confia en la possibilitat que s'aconsegueixi formar una intersubjectivitat a través de l'acció comunicativa (Habermas, 1994). Per *intersubjectivitat* s'entén el "solapament" que es dona entre els diferents "mons subjectius" de parts diferents del que és social (Jeanes, 2019). Per *acció comunicativa* s'entén l'habilitat social de l'ésser humà per entendre's i coordinar-se a través del diàleg i de l'intercanvi d'idees i arguments (Habermas, 1984). D'aquesta capacitat social per a "la comunicació, l'intercanvi de significat i la comprensió" mútua (Jeanes, 2019) en pot sorgir l'"articulació" de fixacions de sentit específiques i, consegüentment, la coordinació de projectes polítics que poden impulsar canvis socials (Laclau i Mouffe, 1987: p. 231) de més o menys abast.

De cara a mesurar el resultat d'aquesta formació d'intersubjectivitat, per Habermas (1989) eren igual d'importantes dues qüestions: observar en quines condicions es forma la intersubjectivitat —i, amb ella, l'opinió pública— i comprovar si els acords socials que sorgeixen d'aquesta entesa aconsegueixen trobar vies per institucionalitzar-se (Habermas, 1994). Finalment, el model de democràcia discursiva de Habermas sembla estar pensat per mantenir el relleu sobre la idea normativa de l'esfera pública com a espai "autònom" amb "funció política" pròpia —en concret, la d'incorporar en els sistemes d'acció polític i econòmic els consensos assolits pels ciutadans a través dels processos de comunicació i de formació d'intersubjectivitat. Aquest doble nivell de l'esfera pública també es troba en altres autors, com Rosa (2022), qui va diferenciar "l'arena per a l'intercanvi abstracte d'arguments o la negociació d'interessos" entre parts socials de "l'espai de trobada [...] la qualitat de la qual s'ha de jutjar per la forma, la varietat i la solidesa de les relacions que permet i institucionalitza" (Rosa, 2022). Aquesta diferència de nivells és merament analítica, ja que l'opinió pública no emergeix dissociada d'estructures socials prèvies, sinó que és precisament en aquestes estructures on troba la possibilitat d'estabilitzar-se en el temps (Habermas, 1998). No obstant això, i amb l'objectiu de delimitar l'abast de l'aportació teòrica d'aquest article, cal aclarir que se centra en la comprensió d'alguns aspectes rellevants del primer nivell assenyalat per Rosa; és a dir, en les característiques mediàtiques i polítiques de l'arena pública i els processos de comunicació que faciliten —o no— la formació d'intersubjectivitat en l'actualitat.

3. La digitalització de l'esfera pública

3.1. La plataformització dels espais per al debat públic

Bona part de les comunicacions públiques (també de les privades) es realitza avui a través de l'ús de mitjans interactius basats en tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), principalment Internet (Jenkins, 2004; Castells, 2009). Aquest canvi d'infraestructures ha tingut un impacte sobre les condicions de producció simbòlica i econòmica en què els públics es formen i es relacionen (Benkler, 2008), així com en les formes d'exercir poder, de resistir-s'hi i de disputar-lo (Castells, 2009: p. 78-79). Amb el sorgiment dels mitjans interactius, "el contingut de la comunicació va passar a ser en part autogenerat, l'emissió autodirigida i la recepció autoseleccionada per tots aquells que es comuniquen" (Castells, 2009: p. 108). Les audiències, concebudes com a consumidores passives en el model de comunicació de masses dominant al segle xx (Fawkes i Gregory, 2000), van passar a tenir un lloc actiu potencialment en els processos de comunicació pública (Jenkins, 2004).

Durant l'època de domini dels mitjans de comunicació de masses, la comunicació pública depenia d'un model "de dalt a baix" en què la informació es consumia de manera "síncrona" i estava "altament centralitzada" i "controlada per grans empreses o l'Estat", la qual cosa facilitava la transmissió de "les visions de les elits" (Kellner, 1999). Amb l'accés creixent de la població a Internet, la comunicació política s'obria a un nou paradigma "de molts a molts", basat en la "descentralització" i la participació "asíncrona" de persones situades en llocs diferents (Kellner, 1999), que en principi semblava cridat a superar el model de comunicació centralitzat. Amb el temps, la potència inicial dels mitjans interactius per fundar un nou model distribuït de comunicació pública sembla haver-se integrat de manera progressiva amb el model centralitzat que el precedia, i ha donat forma al que avui es coneix com a "model híbrid de mitjans", en què "els vells i els nous mitjans" coexisteixen en una relació d'"interdependència" que ha donat lloc a noves formes de "recopilar i produir la informació" (Chadwick, 2013: p. 112).

El nou rol actiu potencialment dels ciutadans en el sistema de comunicació pública va despertar un interès inicial al voltant d'una possible revitalització de l'autonomia de l'esfera pública (Dahlberg, 1998; Papacharissi, 2002). Entre els nous mitjans interactius, aviat van destacar les plataformes de xarxes socials, en les quals els ciutadans podien "conversar amb individus, grups i el públic en general" a través de les funcionalitats d'ús que ofereixen (boyd et al., 2010). No obstant això, les plataformes sobre les quals es fundava l'expectativa d'autonomització de l'esfera pública depenen d'una infraestructura tecnològica i econòmica que està "integrada en les estructures de

poder del capitalisme" (Fuchs, 2014: p. 48) i basada en un model de negoci que explota les dades generades pels ciutadans, que les utilitza per al monitoratge i la vigilància institucionalitzada (Zuboff, 2015), la qual cosa té un impacte en les condicions materials en què es donen les discussions públiques en l'espai digital. Per Splichal (2022), l'extracció de dades ha reemplaçat l'expressió d'opinió pública com a funció fonamental de l'esfera pública.

Sense aprofundir tot el que requeriria un estudi crític d'aquesta qüestió, convé assenyalar com a mínim que, darrere de l'existència de les plataformes, hi ha un esforç financer i de manteniment informàtic realitzat per unes poques grans empreses tecnològiques que no surt gratis als ciutadans (van Dijck et al., 2018; Srnicek, 2016; Fuchs, 2014). Autors com Srnicek (2016) o Zuboff (2015) van suggerir que el desenvolupament ràpid de les plataformes s'explica per les necessitats que tenia el capital financer a finals del segle xx de trobar nous nínxols d'extracció de valor, cosa que en part ha aconseguit a través de la mercantilització de les dades de consum i interacció dels usuaris de les plataformes.

Segons autors com Fuchs (2014) o van Dijck i Poell (2013), aquest origen mercantilista de les plataformes es manifesta en les formes de sociabilitat que promouen entre els seus usuaris, que premien aspectes com l'acumulació de valor social i la competitivitat, a través de mètriques com les de popularitat. Aquestes dinàmiques també afecten els mitjans centralitzats —ara híbrids amb els interactius—, que han esdevingut més dependents econòmicament del nombre de visites que aconsegueixin capturar, cosa que al seu torn propicia l'expansió de tècniques de màrqueting com la del *clickbait*, que consisteix a redactar "titulars cridaners a les xarxes socials" amb l'objectiu d'"atraure clics i compartits" (Chandler i Munday, 2016). Aquesta dependència dels suports de l'arena pública digital d'infraestructures i models de negoci guiats pel benefici econòmic dificulta que aquesta arena digital es pugui considerar autonomitzada, almenys de les dinàmiques del capitalisme avançat.

3.2. Regulació del flux informatiu en el sistema híbrid de mitjans

La digitalització i el procés d'hibridació de mitjans centralitzats i interactius també ha tingut un impacte en algunes de les funcions fonamentals que exerceixen els mitjans de comunicació per garantir el flux informatiu. Bennet i Pfetsch (2018) van explorar les transformacions ocorregudes en diverses d'aquestes funcions, de les quals aquí interessa destacar-ne dues: el *gatekeeping* i el *framing*.

Per *gatekeeping* s'entén la funció de control sobre els fluxos d'informació, que consisteix a decidir quins temes i quins actors reben atenció pública en cada moment, i que abans es realitzava a través d'un sistema sofisticat

de “comportes” que deixava fora les opinions minoritàries respecte de les dominants o hegemòniques (Bennet i Pfetsch, 2018). Amb la digitalització, aquesta funció va passar a realitzar-se en una interacció dinàmica entre una varietat d'actors, com “polítics, professionals de la política, periodistes, activistes ciutadans” (Chadwick, 2013: p. 157), “algoritmes” que amplifiquen els temes populars (Wallace, 2018) o actors “deshonestos” (Entman i Usher, 2018) —com ara bots, que són comptes de comunicació automatitzada que sovint no se sap com ni per a qui treballen, o productors de notícies falses.

Per *framing* (o ‘enquadrament’) s’entén, en el context dels mitjans de comunicació, la tasca periodística de “fer una peça d’informació més noticable, significativa o memorable per a les audiències” mitjançant pràctiques de “selecció i destacat d’alguns aspectes de la realitat ometent-ne d’altres” (Entman, 1993). Els mitjans de comunicació de masses i els periodistes realitzen ara aquesta tasca de manera entrelaçada amb els actors polítics i també amb altres dels actors esmentats més amunt (usuaris, algoritmes, bots i productors de notícies falses, entre d’altres). De les “negociacions” de significat que es van creant sobre les situacions que es van presentant (Meraz i Papacharissi, 2013) sorgeix una retroalimentació dinàmica que afavoreix o dificulta que els temes es mantinguin a l’agenda pública (Scheufele, 2000). Malgrat aquest desplaçament en les funcions de control del flux i el contingut informatius, la centralitat que van adquirir els mitjans de comunicació de masses com a institucions socials amb influència en els processos de formació d’opinió pública encara continua sent elevada (Mattoni i Treré, 2014).

Una altra de les transformacions, transversal a les altres, que resulta d’interès introduir és la relativa als canvis en la temporalitat en què es produeixen aquests fluxos informatius, que s’ha anat accelerant amb la irrupció de cada nou mitjà i la seva posterior hibridació amb la resta (Poell, 2020). La informació, que es renovava amb una freqüència diària quan dominaven només els diaris —és a dir, fins a finals del segle XIX—, va passar a renovar-se dues o tres vegades al dia amb el model de radiodifusió liderat per la ràdio i la televisió —dominant de mitjans del segle XX ençà (Warner, 2002). Els actors involucrats a generar informació política i opinió pública (que principalment eren periodistes, polítics i professionals de relacions públiques) organitzaven la seva atenció, les seves accions de comunicació i la generació d’oportunitats politicodiscursives al voltant de cicles d’actualitat de la informació marcats per aquestes estructures temporals (Downs, 1972; Miller i Riechert, 2001). En conseqüència, les audiències rebien la informació de manera unidireccional i síncrona en moments concrets de manera rutinària.

Amb les plataformes de xarxes socials i la “connectivitat” 24/7 (van Dijck i Poell, 2013), es va introduir la possibilitat que

els usuaris publicuessin informació en qualsevol moment i que es generés un cicle de “respostes en temps real” entre ells (Klinger i Svensson, 2015). Aquesta nova temporalitat de la informació pública va obligar els mitjans d’informació centralitzada a transformar les seves rutines periodístiques i adaptar-se a la nova temporalitat per mantenir la seva influència sobre els processos de formació d’opinió pública.

En conseqüència, els cicles generals d’atenció col·lectiva sobre la informació pública també s’han reestructurat (Bødker i Brügger, 2017). A més, el nombre de temes d’actualitat s’ha incrementat, a causa de la multiplicació dels nínxols de consum informatiu i d’entreteniment, que es renoven de manera permanent (van Dijck i Poell, 2013). Tot plegat ha donat lloc a una “lògica episòdica” dels fluxos informatius que fa que “no sigui tan fàcil generar atenció pública sostinguda” en el temps al voltant de “protestes sobre assumptes estructurals” (Poell, 2020). Aquesta lògica podria perjudicar més els actors socials amb menys recursos per crear les retroalimentacions necessàries per mantenir els temes del seu interès en l’agenda política.

4. Els públics afectius i la formació d’opinió sota pressió en entorns en línia

4.1. Dels públics als públics afectius

Habermas (1964) va nomenar el subjecte involucrat en la formació d’opinió pública com a “cos públic de ciutadans” (en endavant, referit com a “públic”). Cal assenyalar que “davant molts problemes, especialment els més greus, les opinions, les posicions i fins i tot els interessos dels ciutadans no sempre estan clars des del principi, sinó que sovint només prenen forma en el curs de la discussió pública” (Rosa, 2022). Per tant, per analitzar els processos de formació de públics i d’opinió pública cal tenir en compte que les “opinions privades” de cada ciutadà són “el punt de partida per a la formació d’opinió pública, no el lloc d’arribada o resultat” (Rosa, 2022). Per observar aquest trànsit des de les posicions inicials o privades dels membres dels públics a les seves posicions finals o públiques, es proposa explorar tres propietats morfològiques que caracteritzen els públics des d’abans d’haver estat digitalitzats —l’autoreflexivitat, la contextualitat i la dinamicitat— i una propietat que ha guanyat rellevància amb la digitalització i la interactivitat dels públics: l’afectivitat.

Autoreflexivitat, contextualitat i dinamicitat dels públics

L’autoreflexivitat fa referència a l’“autoorganització de l’atenció a través del discurs” (Warner, 2002) que es dona en la formació dels públics. En l’elaboració dels seus discursos públics, les persones es projecten davant d’un públic imaginat i visualitzen els camins pels quals podria circular el seu missatge (Warner, 2002). En aquesta projecció, cada membre del públic “enquadra” i negocia

amb els altres la seva visió del món (Emirbayer i Sheller, 1998). Aquesta operació d'enquadrament equival a la que es realitza quan s'usen esquemes interpretatius, a través dels quals es descriuen problemes, s'ofereixen solucions i es generen oportunitats polítiques. Així mateix, guarda relació amb la funció de control informatiu a través de l'"enquadrament" (*framing*), realitzat en el sistema actual de mitjans, com s'ha explicat, de manera entrelaçada per una varietat d'actors. En aquest sentit, cal dir que no tots els actors que emmarquen situacions utilitzen la mateixa estratègia discursiva ni que qualsevol és la millor opció en diferents circumstàncies (Desrosiers, 2012).

La contextualitat fa referència al fet que el públic es forma segons el discurs va trobant receptors. Amb l'evolució d'aquesta trobada, ho fa també l'"univers del discurs" (van Dijk, 1997), que es refereix al marc de coneixement, creences i representacions socials que emmarquen la producció i interpretació d'un discurs. Els elements que formen part aquest univers del discurs (o context) són els participants, els seus propòsits, el marc temporal i espacial en què es troben, el tipus d'esfera en què intervenen, el coneixement i les regles que comparteixen, així com les seves ideologies (van Dijk, 1997). És a dir, el públic es crea amb la formació mateixa del context o univers del discurs, la composició del qual és oberta per defecte a "estranyats indefinits" (Warner, 2002). En aquestes condicions, els enquadraments "mai poden ser perfectament ressonants", sinó que es van adaptant als "contextos específics" que es van formant (Desrosiers, 2012) i depenen de la contingència de les situacions. Els actors aconseguixen exercir "influència" sobre les audiències només si "les percepcions de les situacions es poden emmarcar de manera convincent per al públic" (Knoke, 1990: p. 3). És a dir, "la retòrica de la comunicació política" que es posa en marxa en aquests enquadraments només "és eficaç si els ciutadans poden mantenir un nivell raonable d'acord sobre els termes i els seus significats" del que es parla (Knoke, 1990: p. 3). Per "assolir els seus objectius", els actors polítics "recorren a la comunicació estratègica", tant davant "públics heterogenis" com davant "adversaris que promouen els seus propis marcs i circumstàncies" (Desrosiers, 2012).

La dinamicitat està relacionada amb la variació del context. Els públics són "sempre canviants, emergents i múltiples", producte de "l'expansió, contracció i reacció del públic a noves situacions" (Emirbayer i Sheller, 1998). En concret, els elements del context o univers del discurs mantenen entre si "posicions relacionals" (Emirbayer i Sheller, 1998) que es transformen en una "relació dinàmica d'escolta mútua i resposta" entre els seus participants (Rosa, 2022). L'observació de l'evolució de les posicions i de les relacions entre elles pot oferir informació sobre quines opinions surten afavorides en el procés interactiu. A més, cal tenir en compte que els fluxos de formació i desaparició de públics, si bé estan oberts a la participació d'estranyats

indefinitos, no ho estan de manera infinita (Warner, 2002). Observar les exclusions que practica un públic —és a dir, els límits del seu context—, i en particular aquelles que entren en contradicció amb el que proclama, també pot donar a conèixer alguna cosa sobre el seu caràcter ideològic (Fraser, 1992).

El rol de l'afectiu en la formació de públics en xarxa

En el context dels mitjans socials i interactius, els públics es formen a partir de la interacció entrelaçada de diversos tipus d'usuaris —periodistes, activistes, líders d'opinió— que s'activen i actuen en períodes particulars d'"inestabilitat política" (Papacharissi i de Fatima Olivera, 2012) per "articular interessos comunitaris o col·lectius" (Lünenborg i Raetzsch, 2017). Per autors com Papacharissi (2016) i Lünenborg (2019), el que fa possible l'aglutinació dels individus en els públics en xarxa és l'afecte. Lünenborg (2022) va definir l'afecte com una "sensibilitat avaluativa que està vinculada intensament a les experiències físiques" i que abasta "els estats d'ànim, les atmosferes i les sensacions que acompanyen constantment l'existència humana".

Davant les visions normatives d'opinió pública, que esperen trobar a l'arena pública l'exposició i la discussió racional d'idees i arguments, la teoria dels "públics afectius" planteja que els públics es formen i es transformen en relació amb els afectes que produeix en els seus membres la trobada amb altres persones i amb els mitjans en què això succeeix (Lünenborg, 2022). Això implica que "els mitjans no només generen significat a nivell d'enunciats i discursos, sinó que també transmeten directament —és a dir, afectivament— tensió, excitació, disgust o tranquil·litat", elements que poden "variar en intensitat i valència" i que "[de vegades] es perceben" directament en la comunicació (Lünenborg, 2022). És a dir, els mitjans i els missatges que hi circulen no serien "només canals d'informació", sinó més aviat "conductes emocionals" que "condensen sentiments individuals d'indignació, ràbia, orgull o una sensació de victimització compartida", que són fonamentals en l'"impuls del procés de mobilització" (Gerbaudo, 2015: p. 14).

Des del punt de vista dels actors polítics i socials, comprendre els mecanismes d'activació dels afectes dels públics pot afavorir que es generin "oportunitats" de persuasió política en moments clau (Benford i Snow, 2000; Desrosiers, 2012). Des del punt de vista dels qui estudien els processos de formació d'opinió pública, el desenvolupament de mètodes que permetin capturar les variacions d'intensitat i valència de l'afecte pot oferir indicis sobre els processos interns que duen a la formació, l'evolució i la dissolució dels públics en xarxa (Hagen *et al.*, 2025) i, amb això, a més comprensió de l'opinió pública expressada per una societat, o per determinats grups socials, sobre els temes que ocupen l'agenda pública.

4.2. La pressió per adherir-se a opinions en entorns complexos en línia

Més amunt s'han presentat algunes transformacions que ha patit l'arena pública amb la digitalització dels mitjans de comunicació sobre els quals se sustenta. En les condicions actuals –multitud d'actors intervenint en les funcions de *gatekeeping* i *framing*, i una temporalitat informativa alterada per la disponibilitat 24/7 de l'arena pública i la lògica episòdica de les plataformes, per citar alguns dels aspectes més rellevants– sembla que les possibilitats d'intervenció dels públics en els processos de formació d'opinió pública s'ha vist "reduïda" (Williams, 2020: p. 163) tant en el temps com en l'espai. En aquest apartat es proposa indagar en la noció d'*opinió pública* que va seguir Noelle-Neumann (1977) per desenvolupar la seva teoria de l'"espiral del silenci" amb l'objectiu d'obrir noves perspectives que poden enriquir la descripció i l'anàlisi dels processos de formació d'opinió a l'arena pública contemporània. Així mateix, s'estableix un pont entre el camp de la formació d'opinió pública i els sistemes complexos, a través de la contribució de Williams (2020) a l'estudi de les dinàmiques afectives que acaben per donar lloc –o no– al fet que emergeixi i se sostingui en el temps un flux determinat d'opinió pública.

La teoria de l'espiral del silenci, basada en estudis d'opinió realitzats en les campanyes electorals alemanyes de finals dels anys seixanta, sosté que les persones tendeixen a evitar compartir les seves opinions quan aquestes es perceben com a impopulars, per por a l'aïllament social (Noelle-Neumann, 1974, 1977). Per arribar a aquesta teoria, abans va indagar en els dos significats que tenia el concepte d'"opinió pública" al segle XVII. Un es fonamentava en les idees il·lustrades, segons les quals l'opinió pública sorgia del "debat racional entre ciutadans informats i responsables que elogien o culpen el govern" (Noelle-Neumann, 1977). Es tracta de l'enfocament que segueix Habermas en la construcció de la seva visió normativa de l'esfera pública. L'altre concepte d'opinió pública, heretat d'abans de la Il·lustració i seguit per Noelle-Neumann en els seus estudis empírics, està relacionat amb la "pressió per adherir-se" de l'individu i per "esbrinar quina opinió pot expressar sense aïllar-se". Aquesta autora va comprovar que les minories estaven més disposades a defensar la seva opinió que la majoria "cap al principi i el final" d'un procés de canvi d'opinió pública, mentre que "durant la fase calenta, quan la nova opinió es comença a imposar", els que pensen que són majoria estarien més disposats a fer-ho. Aquesta dinàmica semblava guanyar especial rellevància en moments de "canvi d'opinió o controvèrsia" (Noelle-Neumann, 1977).

A *Political Hegemony and Social Complexity. Mechanisms of Power after Gramsci*, Williams (2020) defensa que l'articulació d'hegemonia –entesa com la capacitat d'un grup social per establir, a partir de parts disperses del que

és social, la seva perspectiva de la realitat com a sentit comú– es dona en un procés d'interacció entre, d'una banda, sistemes (econòmics, socials, infraestructurals...) que estan compostos per elements humans i no humans, i, de l'altra, actors humans (les persones, que al seu torn estan travessades per diferents composicions del que és econòmic i el que és social). Aquesta interacció no ha de ser observada de manera "estratificada" o per separat, sinó en la "dinàmica" que es produeix (Williams, 2020: p.166). Observar aquesta dinàmica implicaria atendre les influències entre els elements dels sistemes i els actors en els cursos d'acció social (Williams, 2020).

Aquesta visió de l'hegemonia està emparentada amb una visió emergentista del que és social, la qual diferencia entre dos nivells analítics: el de la posició desarticulada que tenen els elements i els actors en un moment "preemergència" i l'articulació que assumeixen de manera interactiva durant l'"emergència" o "fase" (Williams, 2020; p. 162-168). Segons els conceptes i els raonaments plantejats fins ara, es podria dir que els públics –i la seva possibilitat d'afectar-se–, estan desarticulats en els moments de "preemergència" i es poden veure articulats –i afectats– de diferents maneres en el curs de l'"emergència". En aquest sentit, l'observació dels processos d'emergència dels públics permet conèixer de quina manera es constitueixen mútuament, de manera dinàmica, els membres del públic (els participants en la conversa pública, incloent-hi elements no humans com els algorismes) i els elements del discurs (entre d'altres, la informació que comparteixen els membres del públic sobre cada situació que es va presentant).

Aquest tipus d'enfocament, anomenat "no lineal" –ja que no dona per suposat l'ordre d'interacció que s'ha de donar entre elements i actors per donar lloc a una articulació–, és considerat per autors com Henry i MacKenzie (2023) un enfocament adequat per estudiar el potencial de formació de públics en xarxa, especialment d'aquells que presenten plantejaments contrahegemònics o no dominants en una societat. Des d'aquesta perspectiva, les possibilitats d'intervenció de la ciutadania en l'"espai entre societat i Estat" es podrien "materialitzar" de moltes maneres diferents (Henry i MacKenzie, 2023), i podrien arribar –almenys, en teoria– a transformar les condicions mateixes de formació de l'opinió pública de maneres imprevisibles –el que succeiria si aconseguissin mantenir un assumpte estructural i les propostes de transformació en l'agenda política per un cert temps, tot desafiant la lògica episòdica del sistema de mitjans. Alguns exemples populars són el de la campanya antiracista #BlackLivesMatter (Jackson *et al.*, 2020) o les campanyes de denúncia d'assetjament i violència masclistes com #MeToo (Jackson *et al.*, 2020), totes dues als Estats Units, o #NiUnaMenos, en l'àmbit hispanoparlant (Rovira, 2023).

Aquesta perspectiva emergent del que és social es fonamenta en els avenços de la tercera onada de la teoria

de sistemes i ha estat proposada per diversos científics socials i de la comunicació com a idònia per a l'estudi de les dinàmiques de formació d'opinió pública en l'àmbit digital (Waldherr, 2017; Henry i MacKenzie, 2023; Friemel i Neuberger, 2023). Té utilitat, per exemple, per examinar els "bucles de retroalimentació" que es donen dins dels públics en xarxa durant els *hypes* o les *shitstorms* (Waldherr, 2017). El terme *hype* fa referència a campanyes publicitàries que generen gran expectativa i el terme *shitstorm* (literalment 'tempesta de merda'), als allaus de crítiques, sovint insultants, que es desencadenen després de la publicació d'una informació o comentari en xarxes socials.

Els bucles de retroalimentació dels públics en xarxa poden ser "positius", quan elements i actors s'articulen i "s'influencien en la mateixa direcció (més d'un duu a més de l'altre)", la qual cosa "conduïx a un canvi" (Waldherr, 2017), o "negatius", quan les articulacions d'elements i actors "s'influencien en direccions oposades (més d'un duu a menys de l'altre)", la qual cosa "actua de manera equilibrant i estabilitzadora" (Waldherr, 2017) per al conjunt de l'arena pública. La qüestió crucial per als actors que busquen activar afectivament els públics en xarxa seria, doncs, comprendre com es generen les retroalimentacions positives necessàries perquè una varietat d'elements no humans i d'actors humans desencadenin un canvi de fase que permeti prolongar en el temps i l'espai la seva acció, més enllà de la viralització episòdica. Per exemple, aplicant aquest raonament a moviments com els esmentats més amunt —#BlackLivesMatter, MeToo i #NiUnaMenos—, es pot dir que hi ha un bucle de retroalimentació positiu quan la mobilització i la denúncia duu al fet que més parts del que és social se sumin a aquesta mobilització i denúncia. En canvi, es donaria un bucle de retroalimentació negatiu quan en l'articulació del públic hi acaben intervenint actors i elements que acaben per frenar-ne el creixement i el potencial per influir en el sistema polític.

Per Williams (2020), hi ha quelcom clau relacionat amb el que és afectiu que, segons el seu parer, els projectes polítics que pugnen per ser dominants no haurien de passar per alt si desitgen aconseguir aquestes retroalimentacions positives. Es tracta de les "estructures de sentiment", conceptualitzades per Raymond Williams (1961) com aquells elements de l'"experiència viscuda" que no són individuals, sinó que formen part de les relacions socials i de la cultura d'una "era", i als quals s'accedeix a través de les "maneres de viure", els "significats" i els "valors" expressats en l'art i en els productes culturals (p. 64–66). D'acord amb Papacharissi (2016), el concepte d'*estructura de sentiment* va ser una "anticipació" de l'afecte com a "ingredient actiu" en l'articulació de l'acció col·lectiva dels públics. Tenir en compte aquestes estructures de sentiment implica obrir-se a la possibilitat que en la fixació de sentit hi intervinguin no tant —o no només— les convencions culturals i les ideologies, sinó també altres aspectes de l'experiència

viscuda a través dels productes culturals que, per la seva doble condició subjectiva i col·lectiva, poden modelar l'articulació d'elements i actors de maneres imprevisibles durant l'emergència pel fet de millorar el "poder d'agència dels públics en xarxa" (Papacharissi, 2016). És a dir, i segons tot el que s'ha exposat, els canvis de "fase" es podrien "actualitzar" —en el sentit de reproduir-se a si mateixos— a través de rearticulacions no previstes relacionades amb les estructures de sentiment (Williams, 2020: p. 166).

Des d'aquest punt de vista, el manteniment de l'atenció sobre els temes de l'agenda pública no dependria principalment dels arguments que puguin presentar les parts en un debat racional, sinó del grau de ressonància afectiva que es generi entre els seus discursos i les audiències a partir de l'activació d'estructures de sentiment. Aquesta manera d'enfocar la formació d'opinió pública concedeix a l'analista —i també a l'actor polític— la possibilitat de reconèixer la "incontrolabilitat" del resultat de l'intercanvi comunicatiu entre ciutadans (Rosa, 2022). Estar obert a la incontrolabilitat dels sistemes complexos no implica que no es pugui intervenir políticament en el procés d'emergència. Al contrari, el significat no totalment tancat del que s'esdevé fa de l'emergència un tipus d'enfocament propici, almenys en teoria, per idear i realitzar accions col·lectives dels públics en xarxa, fins i tot en condicions adverses.

5. Conclusions

Es proposen tres punts de trobada entre el model normatiu i el model descriptiu de l'opinió pública, presentats al llarg de l'article, a partir dels quals s'obren tres línies de recerca —o, més ben dit, es reorganitzen, perquè algunes ja existeixen— en les quals tots dos enfocaments es poden beneficiar mútuament. L'objectiu d'aquests encreuaments és el de facilitar als analistes l'examinació crítica i, alhora, possibilista dels processos de formació i interrupció d'opinió pública en el sistema de mitjans actual.

El primer consisteix a identificar el potencial per a l'acció comunicativa de la societat civil expressat en la formació de públics afectius, així com els obstacles que troben per institucionalitzar-se en el sistema polític. Com s'ha argumentat al llarg de l'article, el potencial inicial per a l'acció comunicativa de la ciutadania a través de mitjans digitals s'ha vist compromès per les condicions en què es formen els públics en aquests mitjans (de l'extractivisme de les dades a la temporalitat viral i episòdica). És a dir, la capacitat social de les persones per entendre's i coordinar les seves accions a través del diàleg i l'intercanvi d'idees i d'arguments (Habermas, 1984) s'ha vist "reduïda" de manera progressiva (Williams, 2020: p. 163) per la multiplicació d'actors humans i no humans, legítims i deshonestos, que emeten missatges en una arena pública disponible de manera constant (van Dijck i Poell, 2013) i

subjecta a la possibilitat de generar cicles de "respostes en temps real" (Klinger i Svensson, 2015). Tot això es tradueix en una saturació del canal comunicatiu, que pot dur l'analista a observar poc més que, com deia Habermas (2022), una "expansió centrífuga de la comunicació accelerada simultàniament a un nombre arbitrari de participants a distàncies arbitràries [que] genera una força explosiva ambivalent".

No obstant això, fins i tot sota aquestes condicions, continuen existint moments d'"emergència" o "fase" (Williams, 2020) en els quals la ciutadania aconsegueix organitzar-se al voltant de públics connectats, gràcies a la transmissió d'"afectes" (Papacharissi, 2016; Lünenborg, 2019) que "articulen interessos comunitaris i col·lectius" (Lünenborg i Raetzsch, 2017) i que, fins i tot, poden arribar a impulsar processos de mobilització (Gerbaudo, 2015: p. 14) si es donen les ressonàncies i les retroalimentacions necessàries entre els diferents elements que intervenen en la seva formació. El fet que els mitjans de comunicació dominants dificultin, per les seves pròpies característiques, el desplegament d'arguments necessari per a una formació d'intersubjectivitat en condicions ideals no hauria d'impedir observar en el caràcter afectiu dels públics digitals una expressió de "maneres de viure", "significats" i "valors", fins i tot si és a través de productes culturals (Williams, 1961: p. 64-66). El que és més interessant d'aquest enfocament és que permet observar, amb certa sistematicitat, no només els afectes que s'activen, sinó les intervencions discursives i mediàtiques que realitzen diversos actors socials –des de moviments polítics fins als mitjans i plataformes mateixos– per afavorir el creixement d'uns corrents d'opinió sobre d'altres.

Una examinació crítica dels públics connectats no hauria de consistir només a avaluar si aquests públics són més o menys racionals o afectius, ja que l'opinió pública dels ciutadans hi emergeix *com pot*, sinó a si (1) la seva acció comunicativa troba les vies necessàries per sostenir-se en el temps i si en cap moment (2) aconsegueixen penetrar en el sistema polític –i, en el cas de no aconseguir-ho, avaluar-ne les possibles raons. Les eines descriptives dels processos de formació de públics –que aquí s'han agrupat al voltant dels conceptes d'autoreflexivitat (com s'enquadren els problemes i se'n negocia el significat amb els altres), contextualitat (quins acords i desacords apareixen) i dinamicitat (quin rol tenen els diferents elements que interactuen en l'evolució del públic, incloent-hi els actors humans i no humans, siguin legítims o deshonestos)– poden ser d'ajuda per analitzar tant la potència com els obstacles que troba l'acció comunicativa ciutadana. Un dels camps d'estudi que més clarament es pot beneficiar d'aprofundir els seus estudis al voltant d'aquest enfocament és el que apunta a una crisi de la democràcia basada en l'anomenada "infodèmia" (OMS, 2020), en referència a la sobreabundància d'informació,

que inclou la distribució deliberada de notícies falses amb l'objectiu de dificultar a la ciutadania l'accés a fonts d'informació fiable. En concret, aquest camp pot obtenir una anàlisi més granular sobre els actors i els processos específics que obstaculitzen l'articulació efectiva d'opinió pública emergent en diferents casos i contextos, per exemple quan es donen situacions que assenyalen la urgència d'afrontar les conseqüències del canvi climàtic.

Les altres dues línies d'investigació que s'obren sobre aquest aspecte han estat potser menys explorades que la primera.

La segona línia apunta cap a la recerca, per part de l'analista, de dinàmiques alternatives de formació d'intersubjectivitat en l'àmbit digital, més enllà de les lògiques de popularitat que fomenten les plataformes i els mitjans comercials. Si un sistema de mitjans que està travessat per la lògica mercantilista de les plataformes de les grans empreses tecnològiques no dota la ciutadania de les condicions adequades per al desplegament d'idees i arguments necessaris per articular intersubjectivitat i opinió pública, val la pena dedicar esforços a identificar altres espais dins l'àmbit digital en què aquestes articulacions es puguin donar sota altres condicions de partida. Aquest és el cas d'alguns espais dissenyats per ampliar l'esfera pública des de la perspectiva del programari lliure i la sobirania tecnològica (Calvo Miguel et al., 2019), com la xarxa social no comercial i distribuïda Mastodon (Xie, 2024) o la plataforma digital per a la participació ciutadana Decidim (Barandiaran et al., 2024), per citar només alguns exemples. Tot i que les condicions de partida que ofereixen aquest tipus d'espais són *a priori* diferents a les que ofereixen les plataformes comercials, encara hi ha camp per recórrer, tant a la pràctica com a la comprovació empírica, sobre les potències –i els possibles obstacles– que es puguin donar per a la formació d'intersubjectivitat i opinió pública en i a partir d'aquests espais (Brauweiler et al., 2025; Dunbar-Hester, 2024; Borge et al., 2023).

Finalment, es proposa avançar en l'anàlisi de les possibles hibridacions entre les lògiques de popularitat de les plataformes comercials, en què preval la connexió afectiva i la pressió dels públics per adherir-se a una opinió, i d'espais digitals alternatius, en principi més propicis per al desplegament d'idees i arguments. En particular, pot resultar d'interès explorar el camp de les estratègies comunicatives d'organitzacions –ja siguin polítiques o de la societat civil– que integren en les seves campanyes l'articulació ciutadana i la posada en circulació de missatges, així com avaluar si aquestes formes d'acció comunicativa híbrida troben més possibilitats de mantenir-se en el temps i d'institucionalitzar-se que les que emergeixen només sota la lògica de popularització de les plataformes.

Notes

1. A partir, segons Splichal (2022: p. 119), d'una idea observada inicialment per Harrison (1940), sense que s'hi refereixi.

Referències

- Barandiaran, X. E., Calleja-López, A., Monterde, A., i Romero, C. (2024) *Decidim, a Technopolitical Network for Participatory Democracy: Philosophy, Practice and Autonomy of a Collective Platform in the Age of Digital Intelligence*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-031-50784-7>
- Benford, R. D., i Snow, D. A. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.611>
- Benkler, Y. (2008). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press.
<https://doi.org/10.12987/9780300127232>
- Bennett, W. L., i Pfetsch, B. (2018). Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres. *Journal of Communication*, 68(2), 243-253.
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
- Bødker, H., i Brügger, N. (2018). The shifting temporalities of online news: The Guardian's website from 1996 to 2015. *Journalism*, 19(1), 56-74.
<https://doi.org/10.1177/1464884916689153>
- Borge, R., Balcells, J., i Padró-Solanet, A. (2023) Democratic Disruption or Continuity? Analysis of the Decidim Platform in Catalan Municipalities. *American Behavioral Scientist*, 67(7), 926-939.
<https://doi.org/10.1177/00027642221092798>
- boyd, dannah. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. A: Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39-58). Routledge.
- Brauweiler, M., Pindiprolu, M.C., Pfeffer, J., i Brandes, U. (2025). Decentralized Discourse: Interaction Dynamics on Mastodon. A: M. Twyman i S. Rajtmajer (Eds.), *Websci '25: Proceedings of the 17th ACM Web Science Conference 2025* (pp. 358-368). Association for Computing Machinery.
<https://doi.org/10.1145/3717867.3717887>
- Calvo Miguel, D., Álvarez, M., i Campos Domínguez, E.M. (2019). Aproximación al software libre como infraestructura en la esfera pública: reflexión y propuesta sobre cinco herramientas para la deliberación, el consenso y la producción cultural. A: D.H. Cabrera (Ed.), *Cosas confusas: comprender las tecnologías y la comunicación* (pp. 89-97). Tirant Humanidades.
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/66782>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001>
- Chandler, D., i Munday, R. (2016). *A Dictionary of Social Media*. Oxford University Press.
- Dahlberg, L. (1998). Cyberspace and the Public Sphere: Exploring the Democratic Potential of the Net. *Convergence*, 4(1), 70-84.
<https://doi.org/10.1177/135485659800400108>
- Dahlberg, L. (2011). Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions'. *New Media & Society*, 13(6), 855-872. <https://doi.org/10.1177/1461444810389569>
- Desrosiers, M.-E. (2012). Reframing Frame Analysis: Key Contributions to Conflict Studies. *Ethnopolitics*, 11(1), 1-23. <https://doi.org/10.1080/17449057.2011.567840>
- Downs, A. (1972). Up and down with ecology—The issue-attention cycle. *The Public Interest*, 28(7), 38-50.
- Dunbar-Hester, C. (2024). Showing your ass on Mastodon: Lossy distribution, hashtag activism, and public scrutiny on federated, feral social media. *First Monday*, 29(3).
<https://doi.org/10.5210/fm.v29i3.13367>
- Emirbayer, M., i Sheller, M. (1998). Publics in History. *Theory and Society*, 27(6), 727-779.
<https://www.jstor.org/stable/658030>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M., i Usher, N. (2018). Framing in a Fractured Democracy: Impacts of Digital Technology on Ideology, Power and Cascading Network Activation. *Journal of Communication*, 68(2), 298-308.
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx019>
- Fawkes, J., i Gregory, A. (2000). Applying communication theories to the Internet. *Journal of Communication Management*, 5(2), 109-124.
<https://doi.org/10.1108/13632540110806703>
- Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J., i Rucht, D. (2002). Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies. *Theory and Society*, 31(3), 289-324.
<https://www.jstor.org/stable/658129>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26, 56-80.
<https://doi.org/10.2307/466240>
- Friemel, T. N., i Neuberger, C. (2023). The public sphere as a dynamic network. *Communication Theory*, 33(2-3), 92-101. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad003>

- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. Sage.
<https://doi.org/10.4135/9781446270066>
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. Pluto Press.
<https://ja.cat/slibz>
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society, Volume 1*. Bacon Press.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society*. Polity Press.
- Habermas, J. (1994). Three Normative Models of Democracy. *Constellations*, 1(1), 1-10.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8675.1994.tb00001.x>
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez: Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Trotta Editorial.
- Habermas, J., Lennox, S., i Lennox, F. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964). *New German Critique*, 3, 49-55. <https://doi.org/10.2307/487737>
- Hagen, S., de Zeeuw, D., i Venturini, T. (2025). Digital rhythm analysis: Studying memetic and affective rhythms on the post-viral Web. *Platforms & Society*, 2. <https://doi.org/10.1177/29768624251394967>
- Henry, C., i MacKenzie, I. (2023). The Changing Nature of the Public Sphere. *Journal of Social and Political Philosophy*, 2(2), 175-190.
<https://doi.org/10.3366/jspp.2023.0056>
- Jackson, S.J., Bailey, M., i Foucault Welles, B. (2020). *#HashtagActivism: Networks of Race and Gender Justice*. The MIT Press.
<https://doi.org/10.7551/mitpress/10858.001.0001>
- Jeanes, E. (2019). *A Dictionary of Organizational Behaviour*. Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Kellner, D. (1999). Globalisation from below? Toward a radical democratic technopolitics. *Angelaki: Journal of the Theoretical Humanities*, 4(2).
<https://doi.org/10.1080/09697259908572039>
- Klinger, U., i Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241-1257.
<https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Knoke, D. (1990). *Political Networks: The Structural Perspective*. Cambridge University Press.
- Laclau, E., i Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Siglo XXI.
- Lünenborg, M. (2019). Affective publics: Understanding the dynamic formation of public articulations beyond the public sphere. A: A. Fleig, i C. von Scheve (Eds.), *Public Spheres of Resonance: Constellations of Affect and Language* (pp.30-48). Routledge.
- Lünenborg, M. (2022). Soziale Medien, Emotionen und Affekte. A: J.H. Schmidt, i M. Taddicken (Eds.), *Handbuch Soziale Medien* (pp. 233-250). Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_24
- Lünenborg, M., i Raetzsch, C. (2017). From Public Sphere to Performative Publics: Developing Media Practice as an Analytic Model. A: S. Foellmer, M. Lünenborg, i C. Raetzsch (Eds.), *Media Practices, Social Movements, and Performativity*. Routledge.
- Mattoni, A., i Treré, E. (2014). Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the Study of Social Movements. *Communication Theory*, 24(3), 252-271.
<https://doi.org/10.1111/comt.12038>
- Meraz, S., i Papacharissi, Z. (2013). Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 138-166.
<https://doi.org/10.1177/1940161212474472>
- Miller, M. M., i Riechert, B. (2001). The Spiral of Opportunity and Frame Resonance: Mapping the Issue Cycle in News and Public Discourse. A: S.D. Reese, O.H. Gandy Jr., i A.E. Grant (Eds.), *Framing Public Life*. Routledge.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Noelle-Neumann, E. (1977). Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory. *Public Opinion Quarterly*, 41(2), 143-158. <https://doi.org/10.1086/268371>
- Organització Mundial de la Salut (OMS) (Ed.) (2020). *Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa*.
<https://ja.cat/moiuQ>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-27.
<https://doi.org/10.1177/1461444022226244>
- Papacharissi, Z. (2016). *Affective publics. Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Papacharissi, Z., i Oliveira, M. F. (2012). Affective News and Networked Publics: The Rhythms of News Storytelling on #Egypt. *Journal of Communication*, 62(2), 266-282. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01630.x>
- Poell, T. (2020). Social media, temporality, and the legitimacy of protest. *Social Movement Studies*, 19(5-6), 609-624.
<https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1605287>
- Rosa, H. (2022). Social Media Filters and Resonances: Democracy and the Contemporary Public Sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 17-35.
<https://doi.org/10.1177/02632764221103520>

- Rovira Sancho, G. (2023). *#MeToo: la ola de las multitudes conectadas feministas*. Bellaterra.
- Splichal, S. (2022). *Datafication of Public Opinion and the Public Sphere: How Extraction Replaced Expression of Opinion*. Anthem Press.
<https://doi.org/10.2307/j.ctv2s2pp3n>
- Srnicek, N. (2016). *Platform Capitalism*. John Wiley & Sons.
- Stahl, T. (2013). What is Immanent Critique?. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2357957>
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad*. Paidós Comunicación.
- van Dijk, T. A. (Ed.) (2009). *El discurso como interacción social*. Gedisa.
- van Dijk, J., i Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), Article 1.
<https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- van Dijk, J., Poell, T., i de Waal, M. (2018). *The Platform Society*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Waldherr, A. (2017). Öffentlichkeit als komplexes System. Theoretischer Entwurf und methodische Konsequenzen. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(3), 534–549.
<https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-3-534>
- Wallace, J. (2018). Modelling Contemporary Gatekeeping. *Digital Journalism*, 6(3), 274–293.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1343648>
- Warner, M. (2002). Publics and Counterpublics. *Public Culture*, 14(1), 49–90.
<https://doi.org/10.1215/08992363-14-1-49>
- Williams, A. (2020). *Political hegemony and social complexity*. Palgrave Macmillan.
- Williams, R. (1961). *The Long Revolution*. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/will93760>
- Xie, M. (2024). The platformation and transformation of the digital public sphere: An introduction. *Communication and the Public*, 9(1), pp. 31–35.
<https://doi.org/10.1177/20570473241228627>
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75–89.
<https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>