

Con Habermas y más allá. El rol de lo digital y lo afectivo en la formación de opinión pública

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

Resumen

Este artículo ofrece una reflexión teórica sobre la vigencia y los límites del concepto de esfera pública en Habermas, como herramienta para analizar la opinión pública, dadas las recientes transformaciones del sistema de medios. Por un lado, la digitalización ha tenido diversos impactos sobre los medios en que se dan los debates públicos. Por otro lado, lo afectivo se considera un elemento clave en la articulación de públicos en medios digitales. Partiendo del valor normativo del concepto de esfera pública en Habermas, se argumenta que dicho enfoque puede beneficiarse de los modelos descriptivos de opinión pública, mejor equipados para la caracterización de las dinámicas de opinión de los públicos en el actual sistema de medios. Poner el foco en la descripción de las dinámicas de opinión en los medios sociales abre un diálogo con las teorías de los sistemas complejos y permite formular nuevas hipótesis para el estudio crítico e interdisciplinar de la formación de opinión pública en el espacio digital.

Palabras clave

Opinión pública, esfera pública, digitalización, gatekeeping, framing, afectos, públicos afectivos, sistemas complejos, interdisciplinariedad.

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.

Recibido: 4/7/2025 / Revisado: 30/10/2025 / Aceptado: 2/12/2025

Cómo citar:

Cambronero-Garbijosa, M. (2026). Con Habermas y más allá. El rol de lo digital y lo afectivo en la formación de opinión pública. *Quaderns del CAC*, 52, 5-17. doi: <https://doi.org/10.60940/qcac52id9800196>

1. Introducción

El trabajo teórico de Habermas y, en particular, su obra *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society* (1962 trans. 1989), ha sido y todavía es fundamental para comprender el rol que tiene la esfera pública en las democracias contemporáneas. Sin embargo, el enfoque normativo de Habermas, crucial para ubicar de forma crítica la función de dicha esfera pública en relación con las instituciones del estado y del mercado, puede beneficiarse de renovadas colaboraciones con los enfoques descriptivos, más adecuados para analizar la formación de opinión pública en un escenario mediático y comunicativo caracterizado por la digitalización y por el creciente peso de lo afectivo en la formación de públicos en línea. Este artículo presenta una clarificación conceptual tanto de algunos de los principales aportes de Habermas sobre esfera y opinión pública como de los impactos que ha tenido la digitalización en cómo se forma la opinión pública hoy en día.

Con esta propuesta no se pretende “relativizar los estándares normativos en favor del reconocimiento de unos públicos digitales cada vez más proliferantes” (Riescher et al., 2020, p.16), sino reconocer la potencia de los modelos normativos para hacer teoría crítica, pero diferenciándola de los enfoques descriptivos, mejor equipados para la caracterización de los públicos digitales en el actual sistema de medios. Para ello, se propone complementar la noción *habermasiana* de *opinión pública* con la utilizada por Noelle-Neumann en su teoría de la espiral del silencio (1974; 1977) como herramienta para la descripción de las dinámicas de opinión en los medios sociales e interactivos, lo que a su vez abre vías de colaboración con otras disciplinas interesadas en el estudio de la opinión pública. Esta diferenciación entre el enfoque normativo y el enfoque empírico de la esfera y la opinión públicas puede resultar de ayuda para investigadores que se estén iniciando en estas disciplinas. Cabe advertir que el artículo no pretende abarcar una crítica completa del enfoque normativo, sino sumar una pieza más al proceso de pensar colectivamente cómo tanto el modelo normativo como el modelo descriptivo pueden beneficiarse mutuamente de la colaboración. El primero, de acceder a una mayor granularidad sobre los elementos y los procesos que facilitan u obstaculizan la institucionalización de opinión pública en las condiciones mediáticas actuales. El segundo, de incorporar el análisis crítico en sus examinaciones empíricas. A continuación, se resumen los contenidos que se presentarán en cada sección del artículo.

En la sección 2, se introducen las definiciones de Habermas sobre conceptos como *esfera pública*, *opinión pública* y *públicos*. Además, se explican las dos transformaciones que ha vivido la esfera pública en las

sociedades democráticas, según este mismo autor: una discursiva, localizada en los procesos sociales que llevaron a la burguesía al poder en el siglo XIX; y otra mediática, que tiene que ver con el progresivo dominio de los medios de comunicación centralizados y de masas en el siglo XX. Finalmente, se explica cuál es el valor específico de la aportación normativa de Habermas y se argumenta sobre por qué resulta limitada para describir las condiciones reales en que se forma la opinión pública en la actualidad, cada vez más alejadas del estándar normativo.

En la sección 3, se presentan algunos de los impactos clave que ha tenido la digitalización en los medios de comunicación que constituyen la arena sobre la que se dan los debates públicos. En primer lugar, se aborda la plataformización de los medios sociales. En segundo, las transformaciones en las funciones de regulación del flujo informativo —de las que aquí se destacan el *gatekeeping* y el *framing*—, ahora atravesadas por las lógicas de las propias plataformas y del nuevo sistema híbrido de medios en su conjunto. Algunas consecuencias de dichas transformaciones tienen que ver con la ampliación del número de actores que participan en la selección de temas y enfoques que entran en la agenda pública de los medios y con la reducción del tiempo disponible para la intervención en los debates públicos que suscitan dichos temas por parte de los distintos actores sociales y políticos que pueden tener interés en tomar parte.

En la sección 4, se presenta el concepto de *públicos afectivos* y se propone extender la atención hacia la noción de *opinión pública* que siguió Noelle-Neumann en las investigaciones que dieron como resultado su teoría de la espiral del silencio (1974; 1977). Los públicos se forman a partir de la organización de la atención de las audiencias en torno a los mismos temas y enfoques. Siempre han sido cambiantes, múltiples y adaptables a la evolución del contexto. Lo que resulta más novedoso en la formación de públicos hoy en día es que se aglutinan a partir de afectos, de una sensibilidad compartida, que se transmiten a través de los medios digitales e interactivos. Dadas las condiciones espaciales (multiplicación de actores) y temporales (reducción del tiempo disponible para intervenir) del actual sistema de medios, la idea de que las dinámicas de opinión pública se sustentan sobre la base de que los individuos sienten “presión” por conformarse con una opinión para no verse aislados socialmente (fundamento de la teoría de la espiral del silencio) ha adquirido un renovado interés como modelo para la descripción de los procesos de formación de opinión pública. Este cambio de foco sobre la noción de *opinión pública* permite, además, abrir nuevas perspectivas para la investigación interdisciplinar en diálogo con algunas teorías de los sistemas complejos, como se explicará más adelante.

Finalmente, el artículo cierra con una sección de conclusiones donde se proponen líneas de investigación

futura que pueden surgir a partir de un mayor contagio entre los modelos normativo-crítico y descriptivo-empírico de esfera y opinión públicas esbozados a lo largo del artículo.

2. El modelo normativo de esfera pública en Habermas

2.1. Esfera pública, opinión pública y público

El término *esfera pública* hace referencia a cualquier «ámbito de la vida social en el que se puede formar algo parecido a una "opinión pública"» (Habermas, 1964). Por *opinión pública* se entiende "la tarea de crítica y control que un cuerpo público de ciudadanos ejerce frente a la estructura dirigente organizada en forma de Estado" (Habermas, 1964). Este "cuerpo público de ciudadanos" es lo que popularmente se conoce como *público*. Este conjunto de conceptos surgió de la influyente obra de Habermas *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society* (1962 trans. 1989). En ella, Habermas analizó los cambios sociales y políticos que acompañaron a las transformaciones de la esfera pública (como esfera diferenciada de la esfera privada o de "lo doméstico") desde la Edad Media hasta su época. En este recorrido histórico, identificó en el paso de la sociedad de la Edad Media —caracterizada por el dominio político de las monarquías y por una ausencia de separación fuerte entre esfera pública y privada— a la primera Edad Moderna (siglos xvii y xviii) el surgimiento de una "esfera pública" en la que las personas y los grupos sociales formaban su opinión mediante la expresión de ideas en periódicos y la discusión de dichas ideas en tertulias y cafés.

Para Habermas (1989), el proceso conjunto de, por un lado, la separación entre esfera pública y privada, y, por otro, el surgimiento de una opinión que se formaba mediante la exposición y discusión pública de ideas, presentaba un "potencial" democrático para la conformación de una esfera pública que pudiera ser autónoma del Estado y del mercado y que pudiera tener "función política" propia, concretamente la de servir a la actividad de "crítica y control" político de los ciudadanos. Para que este potencial se hubiera realizado, la esfera pública tendría que haber cumplido, según el mismo autor, con dos requisitos fundamentales: ser accesible a todos los ciudadanos y favorecer unas condiciones mínimas para el debate público de ideas acerca de los asuntos políticos. La teoría de la esfera pública de Habermas debe entenderse como un modelo normativo que el autor obtiene a partir del método de "crítica immanente", con el que se contrasta el *ideal* proclamado por una sociedad con la *realidad* que ésta produce para desvelar el carácter ideológico de dicha proclamación (Fuchs, 2014). Este método permite al analista realizar una crítica de

la sociedad a partir de "las normas que utiliza el propio objeto criticado", en lugar de hacerlo desde "normas justificadas de manera independiente" (Stahl, 2013) —lo cual pasa por evaluar la calidad de la esfera pública a partir de modelos específicos de democracia, como el liberal representativo, el participativo o el autonomista, por citar algunos (Dahlberg, 2011; Ferrer et al., 2002)—.

2.2. Las dos transformaciones estructurales de la esfera pública

En concreto, dos transformaciones estructurales habrían acabado con aquel potencial democratizador inicial de la esfera pública, según Habermas (1989). La primera gran transformación tiene que ver con las pugnas por el poder que mantenían los distintos grupos de la burguesía —la nueva clase social en auge durante la época—, que resultaron en una apropiación de la noción de *opinión pública*. Varios grupos de la burguesía intentaban hacer pasar su opinión *de parte* como opinión surgida de los debates públicos y, por tanto, representativa de toda la sociedad. Fraser (1992) interpretó este movimiento de los grupos de poder burgueses como parte de otro más general en el que la burguesía en su conjunto se presentaba a sí misma como "clase universal" para, así, "legitimar una emergente forma de dominio" sobre otros sectores sociales emergentes, como la clase obrera o el feminismo de la primera ola. Se podría decir entonces que la burguesía se situó como clase dominante en la sociedad —frente a la aristocracia, por arriba, y la clase obrera y las mujeres, por abajo— en parte a través de la presentación pública de sus intereses y opiniones particulares como los intereses y opiniones generales de la sociedad.

La segunda gran transformación de la esfera pública la situó Habermas (1989) en el paso de un sistema de medios para la formación de opinión pública basado en la publicación de ideas en periódicos y su discusión pública en tertulias y cafés a una sociedad dominada por un sistema de medios de comunicación de masas. En dicha sociedad, los medios de comunicación, además de ser más numerosos (a los periódicos se sumaron las agencias, la radio y la televisión), estaban fuertemente centralizados y mercantilizados por unas pocas empresas que se encargaban de la "producción institucionalizada" y la "difusión generalizada" de la información pública (Thompson, 1998: p. 46-47). Los medios de comunicación de masas difundían generalmente las ideas que eran más favorables a los intereses de la clase dominante (Habermas, 1989). El potencial para el establecimiento de una esfera pública autónoma del poder económico y político, si ya había iniciado su "proceso de descomposición" con el acceso de la burguesía al poder, a mediados del siglo xx se había convertido en "insignificante" debido al control que ejercían los medios de comunicación de masas sobre

los flujos de información y los procesos de formación de opinión pública (Habermas, 1989: p. 25).

Estas dos grandes transformaciones de la esfera pública, que según Habermas impidieron que completara su potencial democrático, son, formalmente, de dos tipos u órdenes: uno discursivo y otro mediático. Mientras la primera transformación tiene que ver con la apropiación discursiva de la noción misma de *opinión pública* —realizada por la burguesía con el propósito de fijar un cambio de estructura social favorable a sus intereses de clase—, la segunda está relacionada con el cambio estructural sufrido en el sistema de medios de comunicación —en el paso de un modelo dominado por periódicos y tertulias más o menos distribuidos a un modelo de grandes empresas mediáticas centralizadas y controladas por las clases dominantes— y, con él, en los procesos de formación de opinión pública.

2.3. Aportaciones y limitaciones del modelo normativo para la descripción de la arena pública

La importancia que tiene la formación de opinión pública como “principio organizativo” del orden político y social hace del modelo normativo *habermasiano* de esfera pública una herramienta todavía valiosa para “la comprensión sistemática” de la sociedad (Habermas, 1989: p. 25-26). En particular, en el tema que aquí ocupa, para evaluar si “la sociedad civil, a través de espacios públicos autónomos y capaces de la resonancia suficiente, desarrolla la vitalidad e impulsos necesarios como para que conflictos que se producen en la periferia se los logre transferir al sistema político” (Habermas, 1998: p. 499). Realizar esta evaluación requiere profundizar sobre la cuestión del poder, en concreto la “circulación democrática del poder” desde la formación de un poder social hasta su posible influencia en el sistema político y las intervenciones que puede introducir en estos procesos el poder comunicativo (Habermas, 1998: p. 498). Cualquier estudio sobre la esfera pública que pretenda engarzarse con las teorías de la democracia debería seguir esta dimensión del concepto.

Ahora bien, si lo que el analista desea es examinar empíricamente las dinámicas de formación de públicos digitales en el actual sistema de medios, encontrará que las herramientas del modelo normativo a menudo no son del todo operativas —algo de esperar, pues su objetivo fundamental es la crítica y no la descripción de la opinión pública—. Véase si no cómo Habermas, en uno de sus escritos más recientes, se refirió a las dinámicas de estos públicos como “la expansión centrífuga de la comunicación acelerada simultáneamente a un número arbitrario de participantes a distancias arbitrarias [que] genera una fuerza explosiva ambivalente” (Habermas, 2022). La caracterización de esos participantes (quiénes son) y de sus acciones (de qué manera generan esa expansión centrífuga y explosiva) son tareas para las que,

parece, se debe hacer uso de otras herramientas. Señalar este límite del modelo normativo no debe entenderse, de ninguna manera, como un intento por descafeinar su aporte crítico en favor de meras descripciones empíricas. Lo que se propone es reconocer su alcance limitado como un punto de partida desde el que construir colaboraciones con otras disciplinas, que pueden ser potencialmente fructíferas para reforzar una versión actualizada de la visión normativa de la esfera pública.

Con todo, el propio Habermas (1994) desarrolló un modelo “discursivo” de democracia que todavía hoy resulta útil para aplicar al estudio de los procesos de formación de opinión pública. Frente al modelo “liberal”, que entiende la democracia como una “competencia de intereses” entre partes de lo social, a las que atribuyen igualdad de oportunidades para defender sus intereses privados, y el modelo “republicano”, que parte del ideal de una ciudadanía que habría de formar parte del mismo “consenso”, el modelo discursivo reconoce la existencia de partes de lo social con diferentes intereses políticos y confía en la posibilidad de que se logre formar una intersubjetividad a través de la acción comunicativa (Habermas, 1994). Por *intersubjetividad* se entiende el “solapamiento” que se da entre los diferentes “mundos subjetivos” de partes diferentes de lo social (Jeanes, 2019). Por *acción comunicativa* se entiende la habilidad social del ser humano para entenderse y coordinarse a través del diálogo y del intercambio de ideas y argumentos (Habermas, 1984). De esta capacidad social para “la comunicación, el intercambio de significado y la comprensión” mutua (Jeanes, 2019) puede surgir la “articulación” de fijaciones de sentido específicas y, con ellas, la coordinación de proyectos políticos que pueden impulsar cambios sociales (Laclau y Mouffe, 1987: p. 231) de mayor o menor alcance.

De cara a medir el resultado de esta formación de intersubjetividad, para Habermas (1989) eran igual de importantes dos cuestiones: observar en qué condiciones se forma la intersubjetividad —y, con ella, la opinión pública— y comprobar si los acuerdos sociales que surgen de este entendimiento logran encontrar cauces para su institucionalización (Habermas, 1994). El modelo de democracia discursiva de Habermas parece, finalmente, estar pensado para mantener el relieve sobre la idea normativa de la esfera pública como espacio “autónomo” con “función política” propia —en concreto, la de incorporar en los sistemas de acción político y económico los consensos alcanzados por los ciudadanos a través de los procesos de comunicación y de formación de intersubjetividad—. Este doble nivel de la esfera pública también se encuentra en otros autores, como Rosa (2022), quien diferenció la “arena para el intercambio abstracto de argumentos o la negociación de intereses” entre partes de lo social del “espacio de encuentro [...] cuya calidad

debe juzgarse por la forma, la variedad y la solidez de las relaciones que permite e institucionaliza" (Rosa, 2022). Esta diferencia de niveles es meramente analítica, ya que la opinión pública no emerge disociada de estructuras sociales previas, sino que es precisamente en ellas donde encuentra la posibilidad de su estabilidad en el tiempo (Habermas, 1998). No obstante, y con el objetivo de delimitar el alcance del aporte teórico del presente artículo, cabe aclarar que se centra en la comprensión de algunos aspectos relevantes del primer nivel señalado por Rosa; es decir, en las características mediáticas y políticas de la arena pública y los procesos de comunicación que facilitan —o no— la formación de intersubjetividad en la actualidad.

3. La digitalización de la esfera pública

3.1. La plataformización de los espacios para el debate público

Buena parte de las comunicaciones públicas (también de las privadas) se realiza hoy a través del uso de medios interactivos basados en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), principalmente Internet (Jenkins, 2004; Castells, 2009). Este cambio de infraestructuras ha tenido un impacto sobre las condiciones de producción simbólica y económica en las que los públicos se forman y se relacionan (Benkler, 2008), así como en las formas de ejercer poder, de resistirse a él y de disputarlo (Castells, 2009: p. 78-79). Con el surgimiento de los medios interactivos, "el contenido de la comunicación pasó a ser en parte autogenerado, la emisión autodirigida y la recepción autoseleccionada por todos aquellos que se comunican" (Castells, 2009: p. 108). Las audiencias, concebidas como consumidoras pasivas en el modelo de comunicación de masas dominante en el siglo xx (Fawkes y Gregory, 2000), pasaron a tener un lugar potencialmente activo en los procesos de comunicación pública (Jenkins, 2004).

Durante la época de dominio de los medios de comunicación de masas, la comunicación pública dependía de un modelo "de arriba a abajo" en que la información se consumía de manera "síncrona" y estaba "altamente centralizada" y "controlada por grandes empresas o el estado", lo que facilitaba la transmisión de "las visiones de las élites" (Kellner, 1999). Con el acceso creciente de la población a Internet, la comunicación política se abrió a un nuevo paradigma "de muchos a muchos", basado en la "descentralización" y la participación "asíncrona" de personas situadas en lugares distintos (Kellner, 1999), que en principio parecía llamado a superar el modelo de comunicación centralizado. Con el tiempo, la potencia inicial de los medios interactivos para la fundación de un nuevo modelo distribuido de comunicación pública parece haberse integrado progresivamente con el modelo centralizado que le precedía, dando forma a lo que hoy se

conoce como "modelo híbrido de medios", en el que "los viejos y los nuevos medios" coexisten en una relación de "interdependencia" que ha dado lugar a nuevas formas de "recopilar y producir la información" (Chadwick, 2013: p. 112).

El nuevo rol potencialmente activo de los ciudadanos en el sistema de comunicación pública despertó un inicial interés en torno a una posible revitalización de la autonomía de la esfera pública (Dahlberg, 1998; Papacharissi, 2002). Entre los nuevos medios interactivos, pronto destacaron las plataformas de redes sociales, en las que los ciudadanos podían "conversar con individuos, grupos y el público en general" a través de las funcionalidades de uso que ofrecen (boyd *et al.*, 2010). Sin embargo, las plataformas sobre las que se fundaba la expectativa de autonomización de la esfera pública dependen de una infraestructura tecnológica y económica que está "integrada en las estructuras de poder del capitalismo" (Fuchs, 2014: p. 48) y basada en un modelo de negocio que explota los datos generados por los ciudadanos, utilizándolos para el monitoreo y la vigilancia institucionalizada (Zuboff, 2015), lo que tiene un impacto en las condiciones materiales en que se dan las discusiones públicas en el espacio digital. Para Splichal (2022), la extracción de datos ha reemplazado a la expresión de opinión pública como función fundamental de la esfera pública.

Sin profundizar todo lo que requeriría un estudio crítico de esta cuestión, conviene señalar como mínimo que, detrás de la existencia de las plataformas, existe un esfuerzo financiero y de mantenimiento informático realizado por unas pocas grandes empresas tecnológicas que no sale gratis a los ciudadanos (van Dijck *et al.*, 2018; Srnicek, 2016; Fuchs, 2014). Autores como Srnicek (2016) o Zuboff (2015) sugirieron que el rápido desarrollo de las plataformas se explica por las necesidades que tenía el capital financiero a finales del siglo xx de encontrar nuevos nichos de extracción de valor, lo que en parte ha logrado a través de la mercantilización de los datos de consumo e interacción de los usuarios de las plataformas.

Según autores como Fuchs (2014) o van Dijck y Poell (2013), este origen mercantilista de las plataformas se manifiesta en las formas de sociabilidad que éstas promueven entre sus usuarios, que premian aspectos como la acumulación de valor social y la competitividad, a través de métricas como las de popularidad. Estas dinámicas también afectan a los medios centralizados —ahora híbridos con los interactivos—, que se han vuelto más dependientes económicamente del número de visitas que logren capturar, lo que a su vez propicia la expansión de técnicas de marketing como la del *clickbait*, que consiste en redactar "titulares llamativos en las redes sociales" con el objetivo de "atraer clics y compartidos" (Chandler y Munday, 2016). Esta dependencia de los soportes de la arena pública digital de infraestructuras y modelos de

negocio guiados por el beneficio económico dificulta que dicha arena digital se pueda considerar autonomizada, al menos de las dinámicas del capitalismo avanzado.

3.2. Regulación del flujo informativo en el sistema híbrido de medios

La digitalización y el proceso de hibridación de medios centralizados e interactivos también ha tenido un impacto en algunas de las funciones fundamentales que desempeñan los medios de comunicación para garantizar el flujo informativo. Bennet y Pfetsch (2018) exploraron las transformaciones ocurridas en varias de estas funciones, de las que aquí interesa destacar dos: el *gatekeeping* y el *framing*.

Por *gatekeeping* se entiende la función de control sobre los flujos de información, que consiste en decidir qué temas y qué actores reciben atención pública en cada momento, y que antes se realizaba a través de un sofisticado sistema de "compuertas" que dejaba fuera las opiniones minoritarias con respecto a las dominantes o hegemónicas (Bennet y Pfetsch, 2018). Con la digitalización, esta función pasó a realizarse en una interacción dinámica entre una variedad de actores, como "políticos, profesionales de la política, periodistas, activistas ciudadanos" (Chadwick, 2013: p. 157), "algoritmos" que amplifican los temas populares (Wallace, 2018) o actores "deshonestos" (Entman y Usher, 2018) —como bots, que son cuentas de comunicación automatizada que a menudo no se sabe cómo ni para quién trabajan, o productores de noticias falsas.

Por *framing* (o 'encuadramiento') se entiende, en el contexto de los medios de comunicación, la labor periodística de "hacer una pieza de información más noticiable, significativa o memorable para las audiencias" mediante prácticas de "selección y destacado de algunos aspectos de la realidad omitiendo otros" (Entman, 1993). Los medios de comunicación de masas y los periodistas realizan ahora esta tarea de manera entrelazada con los actores políticos y también con otros de los actores recién mencionados (usuarios, algoritmos, bots y productores de noticias falsas, entre otros). De las "negociaciones" de significado que se van creando acerca de las situaciones que se van presentando (Meraz y Papacharissi, 2013) surge una retroalimentación dinámica que favorece o dificulta que los temas se mantengan en la agenda pública (Scheufele, 2000). Pese a este desplazamiento en las funciones de control del flujo y el contenido informativos, la centralidad que adquirieron los medios de comunicación de masas como instituciones sociales con influencia en los procesos de formación de opinión pública todavía sigue siendo elevada (Mattoni y Treré, 2014).

Otra de las transformaciones, transversal a las demás, que resulta de interés introducir es la relativa a los cambios en la temporalidad en que se producen estos flujos informativos, que se ha ido acelerando con la irrupción de

cada nuevo medio y su posterior hibridación con el resto (Poell, 2020). La información, que se renovaba con una frecuencia diaria cuando dominaban sólo los periódicos —esto es, hasta finales del siglo XIX—, pasó a renovarse dos o tres veces al día con el modelo de radiodifusión liderado por la radio y la televisión —dominante desde mediados del siglo XX en adelante (Warner, 2002). Los actores involucrados en la generación de información política y opinión pública (que principalmente eran periodistas, políticos y profesionales de relaciones públicas) organizaban su atención, sus acciones de comunicación y la generación de oportunidades político-discursivas en torno a ciclos de actualidad de la información marcados por dichas estructuras temporales (Downs, 1972; Miller y Riechert, 2001). En consecuencia, las audiencias recibían la información de manera unidireccional y sincrónica en momentos concretos de manera rutinaria.

Con las plataformas de redes sociales y la "conectividad" 24/7 (van Dijck y Poell, 2013), se introdujo la posibilidad de que los usuarios publicaran información en cualquier momento y de que se generara un ciclo de "respuestas en tiempo real" entre ellos (Klinger y Svensson, 2015). Esta nueva temporalidad de la información pública obligó a los medios de información centralizada a transformar sus rutinas periodísticas y adaptarse a la nueva temporalidad para mantener su influencia sobre los procesos de formación de opinión pública.

En consecuencia, los ciclos generales de atención colectiva sobre la información pública también se han reestructurado (Bødker y Brügger, 2017). Además, el número de temas de actualidad se ha incrementado, debido a la multiplicación de los nichos de consumo informativo y de entretenimiento, que se renuevan de forma permanente (van Dijck y Poell, 2013). Todo ello ha dado lugar a una "lógica episódica" de los flujos informativos que hace que "no sea tan fácil generar atención pública sostenida" en el tiempo en torno a "protestas sobre asuntos estructurales" (Poell, 2020). Esta lógica podría perjudicar más a los actores sociales con menos recursos para crear las retroalimentaciones necesarias para mantener los temas de su interés en la agenda política.

4. Los públicos afectivos y la formación de opinión bajo presión en entornos en línea

4.1. De los públicos a los públicos afectivos

Habermas (1964) nombró al sujeto involucrado en la formación de opinión pública como "cuerpo público de ciudadanos" (en adelante, referido como "público"). Cabe señalar que "ante muchos problemas, especialmente los más graves, las opiniones, posiciones e incluso los intereses de los ciudadanos no siempre están claros desde el principio, sino que a menudo sólo toman forma en el curso de la discusión pública" (Rosa, 2022). Por tanto, para analizar los

procesos de formación de públicos y de opinión pública hay que tener en cuenta que las "opiniones privadas" de cada ciudadano son "el punto de partida para la formación de opinión pública, no el lugar de llegada o resultado" (Rosa, 2022). Para observar este tránsito desde las posiciones iniciales o privadas de los miembros de los públicos a sus posiciones finales o públicas, se propone explorar tres propiedades morfológicas que caracterizan a los públicos desde antes de su digitalización —la autorreflexividad, la contextualidad y la dinamicidad— y una propiedad que ha ganado relevancia con la digitalización e interactividad de los públicos: la afectividad.

Autorreflexividad, contextualidad y dinamicidad de los públicos

La autorreflexividad hace referencia a la "autoorganización de la atención a través del discurso" (Warner, 2002) que se da en la formación de los públicos. En la elaboración de sus discursos públicos, las personas se proyectan ante un público imaginado y visualizan los caminos por los que podría circular su mensaje (Warner, 2002). En esta proyección, cada miembro del público "encuadra" y negocia con los demás su visión del mundo (Emirbayer y Sheller, 1998). Esta operación de encuadramiento equivale a la que se realiza cuando se usan esquemas interpretativos, a través de los cuales se describen problemas, se ofrecen soluciones y se generan oportunidades políticas. Asimismo, guarda relación con la función de control informativo a través del "encuadre" (*framing*), realizado en el actual sistema de medios, como se ha explicado, de manera entrelazada por una variedad de actores. En este sentido, hay que decir que no todos los actores que enmarcan situaciones utilizan la misma estrategia discursiva ni que cualquiera de ellas es la mejor opción en diferentes circunstancias (Desrosiers, 2012).

La contextualidad hace referencia a que el público se forma según el discurso va encontrando receptores. Con la evolución de este encuentro, lo hace también el "universo del discurso" (van Dijk, 1997), que se refiere al marco de conocimiento, creencias y representaciones sociales que enmarcan la producción e interpretación de un discurso. Los elementos que componen dicho universo del discurso (o contexto) son los participantes, sus propósitos, el marco temporal y espacial en que se encuentran, el tipo de esfera en que intervienen, el conocimiento y las reglas que comparten, así como sus ideologías (van Dijk, 1997). Es decir, el público se crea con la propia formación del contexto o universo del discurso, cuya composición está abierta por defecto a "extraños indefinidos" (Warner, 2002). En estas condiciones, los encuadres "nunca pueden ser perfectamente resonantes", sino que se van adaptando a los "contextos específicos" que se van formando (Desrosiers, 2012) y dependen de la contingencia de las situaciones. Los actores logran ejercer "influencia" sobre

las audiencias sólo si "las percepciones de las situaciones pueden enmarcarse de forma convincente para el público" (Knoke, 1990: p. 3). Es decir, "la retórica de la comunicación política" que se pone en marcha en estos encuadres sólo "es eficaz si los ciudadanos pueden mantener un nivel razonable de acuerdo sobre los términos y sus significados" de lo que se habla (Knoke, 1990: p. 3). Para "alcanzar sus objetivos", los actores políticos "recurren a la comunicación estratégica", tanto frente a "públicos heterogéneos" como frente a "adversarios que promueven sus propios marcos y circunstancias" (Desrosiers, 2012).

La dinamicidad está relacionada con la variación del contexto. Los públicos son "siempre cambiantes, emergentes y múltiples", producto de "la expansión, contracción y reacción del público a nuevas situaciones" (Emirbayer y Sheller, 1998). En concreto, los elementos del contexto o universo del discurso mantienen entre sí "posiciones relacionales" (Emirbayer y Sheller, 1998) que se transforman en una "relación dinámica de escucha mutua y respuesta" entre sus participantes (Rosa, 2022). La observación de la evolución de las posiciones y de las relaciones entre ellas puede ofrecer información sobre qué opiniones salen favorecidas en el proceso interactivo. Además, hay que tener en cuenta que los flujos de formación y desaparición de públicos, si bien están abiertos a la participación de extraños indefinidos, no lo están de manera infinita (Warner, 2002). Observar las exclusiones que practica un público —es decir, los límites de su contexto—, y en particular aquellas que entran en contradicción con lo que proclama, también puede dar a conocer algo sobre su carácter ideológico (Fraser, 1992).

El rol de lo afectivo en la formación de públicos en red

En el contexto de los medios sociales e interactivos, los públicos se forman a partir de la interacción entrelazada de diversos tipos de usuarios —periodistas, activistas, líderes de opinión— que se activan y actúan en períodos particulares de "inestabilidad política" (Papacharissi y de Fatima Olivera, 2012) para "articular intereses comunitarios o colectivos" (Lünenborg y Raetzsch, 2017). Para autoras como Papacharissi (2016) y Lünenborg (2019), lo que hace posible la aglutinación de los individuos en los públicos en red es el "afecto". Lünenborg (2022) definió el *afecto* como una "sensibilidad evaluativa que está intensamente vinculada a las experiencias físicas" y que abarca "los estados de ánimo, las atmósferas y las sensaciones que acompañan constantemente la existencia humana".

Frente a las visiones normativas de opinión pública, que esperan encontrar en la arena pública la exposición y discusión racional de ideas y argumentos, la teoría de los "públicos afectivos" plantea que los públicos se forman y se transforman en relación con los afectos que produce en sus miembros el encuentro con otras personas y con

los medios en los que esto sucede (Lünenborg, 2022). Esto implica que “los medios no sólo generan significado a nivel de enunciados y discursos, sino que también transmiten directamente —es decir, afectivamente— tensión, excitación, disgusto o tranquilidad”, elementos que pueden “variar en intensidad y valencia” y que “[a veces] se perciben” directamente en la comunicación (Lünenborg, 2022). Es decir, los medios y los mensajes que circulan por ellos no serían “simplemente canales de información”, sino más bien “conductos emocionales” que “condensan sentimientos individuales de indignación, rabia, orgullo o una sensación de victimización compartida”, que son fundamentales en el “impulso del proceso de movilización” (Gerbaudo, 2015: p. 14).

Desde el punto de vista de los actores políticos y sociales, comprender los mecanismos de activación de los afectos de los públicos puede favorecer la generación de “oportunidades” de persuasión política en momentos clave (Benford y Snow, 2000; Desrosiers, 2012). Desde el punto de vista de quienes estudian los procesos de formación de opinión pública, el desarrollo de métodos que permitan capturar las variaciones de intensidad y valencia del afecto puede ofrecer indicios acerca de los procesos internos que llevan a la formación, evolución y disolución de los públicos en red (Hagen *et al.*, 2025) y, con ello, a una mayor comprensión de la opinión pública expresada por una sociedad, o por determinados grupos sociales, sobre los temas que ocupan la agenda pública.

4.2. La presión por adherirse a opiniones en entornos complejos en línea

Anteriormente, se han presentado algunas transformaciones que ha sufrido la arena pública con la digitalización de los medios de comunicación sobre los que se sustenta. En las condiciones actuales —multitud de actores interviniendo en las funciones de *gatekeeping* y *framing*, y una temporalidad informativa alterada por la disponibilidad 24/7 de la arena pública y la lógica episódica de las plataformas, por citar algunos de los aspectos más relevantes— parece que las posibilidades de intervención de los públicos en los procesos de formación de opinión pública se ha visto “reducida” (Williams, 2020: p. 163) tanto en el tiempo como en el espacio. En el presente apartado, se propone indagar en la noción de *opinión pública* que siguió Noelle-Neumann (1977) para desarrollar su teoría de la “espiral del silencio”¹ con el objetivo de abrir nuevas perspectivas que pueden enriquecer la descripción y el análisis de los procesos de formación de opinión en la arena pública contemporánea. Asimismo, se establece un puente entre el campo de la formación de opinión pública y los sistemas complejos, a través de la contribución de Williams (2020) al estudio de las dinámicas afectivas que acaban por dar lugar —o no— a la emergencia y sostenimiento en el tiempo de un determinado flujo de opinión pública.

La teoría de la espiral del silencio, basada en estudios de opinión realizados en las campañas electorales alemanas de finales de los años 60, sostiene que las personas tienden a evitar compartir sus opiniones cuando éstas se perciben como impopulares, por miedo al aislamiento social (Noelle-Neumann, 1974, 1977). Para llegar a esta teoría, antes indagó en los dos significados que tenía el concepto de “opinión pública” en el siglo xvii. Uno se fundamentaba en las ideas ilustradas, según las cuales la opinión pública surgía del “debate racional entre ciudadanos informados y responsables que elogian o culpan al gobierno” (Noelle-Neumann, 1977). Se trata del enfoque que sigue Habermas en la construcción de su visión normativa de la esfera pública. El otro concepto de opinión pública, heredado de antes de la Ilustración y seguido por Noelle-Neumann en sus estudios empíricos, está relacionado con la “presión por adherirse” del individuo y por “averiguar qué opinión puede expresar sin aislarse”. Esta autora comprobó que las minorías estaban más dispuestas a defender su opinión que la mayoría “hacia el principio y el final” de un proceso de cambio de opinión pública, mientras que “durante la fase caliente, cuando la nueva opinión empieza a imponerse”, los que piensan que son mayoría estarían más dispuestos a hacerlo. Dicha dinámica parecía ganar especial relevancia en momentos de “cambio de opinión o controversia” (Noelle-Neumann, 1977).

En *Political Hegemony and Social Complexity. Mechanisms of Power after Gramsci*, Williams (2020) defiende que la articulación de hegemonía —entendida como la capacidad de un grupo social para, a partir de partes dispersas de lo social, establecer su perspectiva de la realidad como sentido común— se da en un proceso de interacción entre, por un lado, sistemas (económicos, sociales, infraestructurales...) que están compuestos por elementos humanos y no humanos, y, por otro, actores humanos (las personas, que a su vez están atravesadas por diferentes composiciones de lo económico y lo social). Esta interacción no debe ser observada de manera “estratificada” o por separado, sino en la “dinámica” que se produce (Williams, 2020: p.166). Observar esta dinámica implicaría atender a las influencias entre los elementos de los sistemas y los actores en los cursos de acción social (Williams, 2020).

Esta visión de la hegemonía está emparentada con una visión emergentista de lo social, que diferencia entre dos niveles analíticos: el de la posición desarticulada que tienen los elementos y los actores en un momento “pre-emergencia” y la articulación que adquieren interactivamente durante la “emergencia” o “fase” (Williams, 2020; p. 162-168). Según los conceptos y los razonamientos planteados hasta ahora, se podría decir que los públicos —y, con ellos, su posibilidad de afectarse—, están desarticulados en los momentos de “pre-emergencia” y pueden verse articulados —y afectados— de diferentes

maneras en el curso de la "emergencia". En este sentido, la observación de los procesos de emergencia de los públicos permite conocer de qué manera se constituyen mutuamente, de manera dinámica, los miembros del público (los participantes en la conversación pública, incluidos elementos no humanos como los algoritmos) y los elementos del discurso (entre otros, la información que comparten los miembros del público sobre cada situación que se va presentando).

Este tipo de enfoque, llamado "no lineal" —ya que no da por supuesto el orden de interacción que debe darse entre elementos y actores para dar lugar a una articulación—, es considerado por autores como Henry y MacKenzie (2023) un enfoque adecuado para el estudio del potencial de formación de públicos en red, especialmente de aquellos que presentan planteamientos contrahegemónicos o no dominantes en una sociedad. Desde esta perspectiva, las posibilidades de intervención de la ciudadanía en el "espacio entre sociedad y Estado" podrían "materializarse" de muchas maneras diferentes (Henry y MacKenzie, 2023), pudiendo llegar —al menos, en teoría— a transformar las propias condiciones de formación de la opinión pública de maneras imprevisibles —lo que sucedería si logran mantener un asunto estructural y las propuestas de transformación del mismo en la agenda política por un cierto tiempo, desafiando la lógica episódica del sistema de medios—. Algunos ejemplos populares son el de la campaña antirracista #BlackLivesMatter (Jackson *et al.*, 2020) o las campañas de denuncia de acoso y violencia machistas como #MeToo (Jackson *et al.*, 2020), ambas en Estados Unidos, o #NiUnaMenos, en el ámbito hispanohablante (Rovira, 2023).

Esta perspectiva emergente de lo social se fundamenta en los avances de la tercera ola de la teoría de sistemas y ha sido propuesta por varios científicos sociales y de la comunicación como idónea para el estudio de las dinámicas de formación de opinión pública en el ámbito digital (Waldherr, 2017; Henry y MacKenzie, 2023; Friemel y Neuberger, 2023). Tiene utilidad, por ejemplo, para examinar los "bucles de retroalimentación" que se dan dentro de los públicos en red durante los *hypes* o las *shitstorms* (Waldherr, 2017). El término *hype* hace referencia a campañas publicitarias que generan gran expectativa y el término *shitstorm* (literalmente 'tormenta de mierda'), a los aluviones de críticas, a menudo insultantes, que se desencadenan tras la publicación de una información o comentario en redes sociales.

Los bucles de retroalimentación de los públicos en red pueden ser "positivos", cuando elementos y actores se articulan y "se influyen en la misma dirección (más de uno lleva a más del otro)", lo que "conduce a un cambio" (Waldherr, 2017), o "negativos", cuando las articulaciones de elementos y actores "se influyen en direcciones opuestas (más de uno lleva a menos del otro)", lo que

"actúa de manera equilibrante y estabilizadora" (Waldherr, 2017) para el conjunto de la arena pública. La cuestión crucial para los actores que buscan activar afectivamente a los públicos en red sería, pues, comprender cómo se generan las retroalimentaciones positivas necesarias para que una variedad de elementos no humanos y de actores humanos desencadenen un cambio de fase que permita prolongar en el tiempo y el espacio su acción, más allá de la viralización episódica. Por ejemplo, aplicando este razonamiento a movimientos como los mencionados anteriormente —#BlackLivesMatter, MeToo y #NiUnaMenos—, se puede decir que existe un bucle de retroalimentación positivo cuando la movilización y la denuncia lleva a que más partes de lo social se sumen a dicha movilización y denuncia. En cambio, se daría un bucle de retroalimentación negativo cuando en la articulación del público acaban interviniendo actores y elementos que acaban por frenar su crecimiento y su potencial para influir en el sistema político.

Para Williams (2020), hay algo clave relacionado con lo afectivo que, a su juicio, los proyectos políticos que pugnan por ser dominantes no deberían pasar por alto si desean lograr dichas retroalimentaciones positivas. Se trata de las "estructuras de sentimiento", conceptualizadas por Raymond Williams (1961) como aquellos elementos de la "experiencia vivida" que no son individuales, sino que forman parte de las relaciones sociales y de la cultura de una "era", y a los que se accede a través de los "modos de vida", los "significados" y los "valores" expresados en el arte y en los productos culturales (p. 64–66). De acuerdo con Papacharissi (2016), el concepto de *estructura de sentimiento* fue una "anticipación" del afecto como "ingrediente activo" en la articulación de la acción colectiva de los públicos. Tener en cuenta estas estructuras de sentimiento implica abrirse a la posibilidad de que en la fijación de sentido intervengan no tanto —o no sólo— las convenciones culturales y las ideologías, sino también otros aspectos de la experiencia vivida a través de los productos culturales que, por su doble condición subjetiva y colectiva, pueden modelar la articulación de elementos y actores de maneras imprevisibles durante la emergencia al mejorar el "poder de agencia" de los públicos en red (Papacharissi, 2016). Es decir, y según todo lo expuesto, los cambios de "fase" podrían "actualizarse" —en el sentido de reproducirse a sí mismos— a través de rearticulaciones no previstas relacionadas con las estructuras de sentimiento (Williams, 2020: p. 166).

Desde este punto de vista, el mantenimiento de la atención sobre los temas de la agenda pública no dependería principalmente de los argumentos que puedan presentar las partes en un debate racional, sino del grado de resonancia afectiva que se genere entre sus discursos y las audiencias a partir de la activación de estructuras de sentimiento. Esta manera de enfocar

la formación de opinión pública concede al analista –y también al actor político– la posibilidad de reconocer la “incontrolabilidad” del resultado del intercambio comunicativo entre ciudadanos (Rosa, 2022). Estar abierto a la incontrolabilidad de los sistemas complejos no implica que no se pueda intervenir políticamente en el proceso de emergencia. Al contrario, el significado no totalmente cerrado de lo que acontece hace de la emergencia un tipo de enfoque propicio, al menos en teoría, para la ideación y realización de acciones colectivas de los públicos en red, incluso en condiciones adversas.

5. Conclusiones

Se proponen tres puntos de encuentro entre el modelo normativo y el modelo descriptivo de la opinión pública, presentados a lo largo del artículo, a partir de los cuales se abren tres líneas de investigación –o, mejor dicho, se reorganizan, porque algunas de ellas ya existen– en las que ambos enfoques pueden beneficiarse mutuamente. El objetivo de estos cruces es el de facilitar a los analistas la examinación crítica y, al mismo tiempo, posibilitar de los procesos de formación e interrupción de opinión pública en el actual sistema de medios.

El primero de ellos consiste en la identificación del potencial para la acción comunicativa de la sociedad civil expresado en la formación de públicos afectivos, así como de los obstáculos que encuentran para su institucionalización en el sistema político. Como se ha argumentado a lo largo del artículo, el potencial inicial para la acción comunicativa de la ciudadanía a través de medios digitales se ha visto comprometido por las condiciones en que se forman los públicos en dichos medios (del extractivismo de los datos a la temporalidad viral y episódica). Es decir, la capacidad social de las personas para entenderse y coordinar sus acciones a través del diálogo y el intercambio de ideas y argumentos (Habermas, 1984) se ha visto progresivamente “reducida” (Williams, 2020: p. 163) por la multiplicación de actores humanos y no humanos, legítimos y deshonestos, que emiten mensajes en una arena pública disponible de manera constante (van Dijck y Poell, 2013) y sujeta a la posibilidad de generar ciclos de “respuestas en tiempo real” (Klinger y Svensson, 2015). Todo ello se traduce en una saturación del canal comunicativo, que puede llevar al analista a observar poco más que, como decía Habermas (2022), una “expansión centrífuga de la comunicación acelerada simultáneamente a un número arbitrario de participantes a distancias arbitrarias [que] genera una fuerza explosiva ambivalente”.

Sin embargo, incluso bajo estas condiciones, siguen existiendo momentos de “emergencia” o “fase” (Williams, 2020) en los que la ciudadanía logra organizarse en torno a públicos conectados, gracias a la transmisión de “afectos” (Papacharissi, 2016; Lünenborg, 2019) que

“articulan intereses comunitarios y colectivos” (Lünenborg y Raetzsch, 2017) y que, incluso, pueden llegar a impulsar procesos de movilización (Gerbaudo, 2015: p. 14) si se dan las resonancias y retroalimentaciones necesarias entre los distintos elementos que intervienen en su formación. El hecho de que los medios de comunicación dominantes dificulten, por sus propias características, el despliegue de argumentos necesario para una formación de intersubjetividad en condiciones ideales no debería impedir observar en el carácter afectivo de los públicos digitales una expresión de “modos de vida”, “significados” y “valores”, incluso si es a través de productos culturales (Williams, 1961: p. 64–66). Lo más interesante de este enfoque es que permite observar, con cierta sistematicidad, no sólo los afectos que se activan, sino las intervenciones discursivas y mediáticas que realizan diversos actores sociales –desde movimientos políticos hasta los propios medios y plataformas– para favorecer el crecimiento de unas corrientes de opinión sobre otras.

Una examinación crítica de los públicos conectados no debería consistir, únicamente, en evaluar si estos públicos son más o menos racionales o afectivos, pues la opinión pública de los ciudadanos emerge en ellos *como puede*, sino a si (1) su acción comunicativa encuentra los cauces necesarios para sostenerse en el tiempo y si, en algún momento, (2) logran penetrar en el sistema político –y, en el caso de no conseguirlo, evaluar las posibles razones–. Las herramientas descriptivas de los procesos de formación de públicos –que aquí se han agrupado en torno a los conceptos de autorreflexividad (cómo se encuadran los problemas y se negocia su significado con los demás), contextualidad (qué acuerdos y desacuerdos aparecen) y dinamicidad (qué rol tienen los distintos elementos que interactúan en la evolución del público, incluyendo los actores humanos y no humanos, sean legítimos o deshonestos)– pueden ser de ayuda para analizar tanto la potencia como los obstáculos que encuentra la acción comunicativa ciudadana. Uno de los campos de estudio que más claramente se puede beneficiar de profundizar sus estudios en torno a este enfoque es el que apunta a una crisis de la democracia basada en la así denominada “infodemia” (OMS, 2020), en referencia a la sobreabundancia de información, que incluye la distribución deliberada de noticias falsas con el objetivo de dificultar a la ciudadanía el acceso a fuentes de información fiable. En concreto, este campo puede obtener un análisis más granular acerca de los actores y los procesos específicos que obstaculizan la articulación efectiva de opinión pública emergente en diferentes casos y contextos, por ejemplo cuando se dan situaciones que señalan la urgencia de enfrentar las consecuencias del cambio climático.

Las otras dos líneas de investigación que se abren al respecto han sido quizá menos exploradas que la primera.

La segunda línea apunta hacia la búsqueda, por parte del analista, de dinámicas alternativas de formación de intersubjetividad en el ámbito digital, más allá de las lógicas de popularidad que fomentan las plataformas y los medios comerciales. Si un sistema de medios que está atravesado por la lógica mercantilista de las plataformas de las grandes empresas tecnológicas no dota a la ciudadanía de las condiciones adecuadas para el despliegue de ideas y argumentos necesario para la articulación de intersubjetividad y opinión pública, merece la pena dedicar esfuerzos a la identificación de otros espacios dentro del ámbito digital en los que estas articulaciones puedan darse bajo otras condiciones de partida. Tal es el caso de algunos espacios diseñados para la ampliación de la esfera pública desde la perspectiva del software libre y la soberanía tecnológica (Calvo Miguel et al., 2019), como la red social no comercial y distribuida Mastodon (Xie, 2024) o la plataforma digital para la participación ciudadana Decidim (Barandiaran et al., 2024), por citar sólo algunos ejemplos. Aunque las condiciones de partida que ofrecen este tipo de espacios son *a priori* diferentes a las que ofrecen las plataformas comerciales, todavía queda campo por recorrer, tanto en la práctica como en la comprobación empírica, acerca de las potencias –y los posibles obstáculos– que puedan darse para la formación de intersubjetividad y opinión pública en y a partir de estos espacios (Brauweiler et al., 2025; Dunbar-Hester, 2024; Borge et al., 2023).

Por último, se propone avanzar en el análisis de las posibles hibridaciones entre las lógicas de popularidad de las plataformas comerciales, en las que prevalece la conexión afectiva y la presión de los públicos por adherirse a una opinión, y de espacios digitales alternativos, en principio más propicios para el despliegue de ideas y argumentos. En particular, puede resultar de interés explorar el campo de las estrategias comunicativas de organizaciones –sean políticas o de la sociedad civil– que integran en sus campañas la articulación ciudadana y la puesta en circulación de mensajes, así como evaluar si estas formas de acción comunicativa híbrida encuentran más posibilidades de mantenerse en el tiempo y de institucionalizarse que las que emergen únicamente bajo la lógica de popularización de las plataformas.

Notas

1. A partir de, según Splichal (2022: p. 119), una idea inicialmente observada por Harrison (1940) sin referencia al mismo.

Referencias

- Barandiaran, X. E., Calleja-López, A., Monterde, A., y 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., y 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., y 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., y 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., y 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. En: Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39–58). Routledge.
- Brauweiler, M., Pindiprolu, M.C., Pfeffer, J., y Brandes, U. (2025). Decentralized Discourse: Interaction Dynamics on Mastodon. En: M. Twyman y 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., y 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. En: 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., y 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., y 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., y 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., y 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., y 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., y 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/sljbz>
- 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., y 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., y Venturini, T. (2025). Digital rhythmanalysis: Studying memetic and affective rhythms on the post-viral Web. *Platforms & Society*, 2. <https://doi.org/10.1177/29768624251394967>
- Henry, C., y 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., y 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., y 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., y 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. En: A. Fleig, y 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. En: J.H. Schmidt, y M. Taddicken (Eds.), *Handbuch Soziale Medien* (pp. 233-250). Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_24

- Lünenborg, M., y Raetzsch, C. (2017). From Public Sphere to Performative Publics: Developing Media Practice as an Analytic Model. En: S. Foellmer, M. Lünenborg, y C. Raetzsch (Eds.), *Media Practices, Social Movements, and Performativity*. Routledge.
- Mattoni, A., y 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., y 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., y Riechert, B. (2001). The Spiral of Opportunity and Frame Resonance: Mapping the Issue Cycle in News and Public Discourse. En: S.D. Reese, O.H. Gandy Jr., y 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>
- Organización Mundial de la Salud (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/10.1177/14614440222226244>
- Papacharissi, Z. (2016). *Affective publics. Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Papacharissi, Z., y 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., y 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., y 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>