

Webs, redes sociales y espacio público en el mundo árabe

Sadok Hammami

Internet en general, las webs y las redes sociales en particular han sido reconocidos como vectores de las «revoluciones» árabes, como medios a través de los cuales las masas se han liberado de sus déspotas. Particularmente, Facebook habría sido el vehículo por excelencia de la movilización política, de la organización de la sedición, de la coordinación de los revolucionarios y de la desestabilización de los sistemas despóticos.

Nuestro propósito no es aquí estudiar las relaciones de los nuevos medios de comunicación con los cambios políticos acaecidos en el mundo árabe, ni discutir la tesis de la «revolución Facebook». Se trataría más bien de aproximarnos a las webs de las redes sociales, y en particular Facebook, como espacio público y de analizar en este marco de qué manera las webs de las redes sociales pueden intervenir, en el contexto del mundo árabe, en la construcción de la esfera pública.

Para tratar estas dos cuestiones examinaremos, en primer lugar, el concepto de espacio público y las dificultades de su uso en el contexto árabe. El concepto de espacio público está, en efecto, ligado a la modernidad (la Ilustración) y a la democracia en Occidente. En segundo lugar, discutiremos, a la luz del cuestionamiento teórico previo del concepto, la cuestión de la esfera pública tunecina.

En tercer lugar, analizaremos en qué sentido Facebook puede ser considerado un espacio público.

EL CONCEPTO DE ESPACIO PÚBLICO EN EL CONTEXTO DEL MUNDO ÁRABE

En la perspectiva de Jürgen Habermas, el espacio público está unido a la modernidad política, a la democracia y a su modelo cultural y político. Como «generalización sociológica» el espacio público es un concepto histórico inscrito en un periodo concreto, el siglo XVIII, cuando se formó una esfera pública de discusión constituida por una red de asociaciones, de sociedades científicas, de salones

culturales, de círculos de educación. Fundada sobre los principios de libertad e igualdad, esta esfera después se politizó en el momento de la Revolución francesa, sobre todo a través del auge de la prensa de opinión y de la lucha contra la censura.

Posteriormente la esfera pública conoció una serie de «transformaciones estructurales»: creciente profesionalización de la red de comunicación pública y formación del poder mediático. El espacio público y la infraestructura de la comunicación pública están, a partir de ese momento, «dominadas por el poder político y pre-estructuradas por los medios». La discusión crítica deja paso a las estrategias de influencia y de control de los flujos de comunicación. La función de los medios será en adelante movilizar la lealtad de los ciudadanos y asegurar su buena conducta.

Aunque tiene presente esta visión de una esfera pública corrompida por los poderes económicos y mediáticos y sometida al poder político, Habermas señala a la vez la capacidad de resistencia de los públicos y la función de la comunicación como soporte para la democracia.

La concepción normativa, inspirándose en esta visión habermasiana, se ha preocupado por la relación entre espacio público y democracia, por la relación entre el espacio público y el universo democrático. De este modo, el espacio público no puede existir más que en las sociedades democráticas.

En consecuencia, el espacio público presupondría unas determinadas condiciones culturales, individuos autónomos, emancipados y dependería del «apoyo de ciertas tradiciones culturales, de modelos de socialización, de la cultura política propia de una población habituada a la libertad». El espacio público está pues en el centro de la política moderna puesto que es necesario para la producción de una ley común y de un espacio común para todos los hombres (Akoun) y para una sociedad autoinstituida, excluyendo todo fundamento ajeno (religión, tradición) (Quéré).

Existen, sin embargo, otras concepciones alternativas del espacio público en concurrencia con esta visión habermasiana.

Louis Quéré considera que la caracterización del espacio público de una sociedad exige la comprensión de la relación de la sociedad con su triple valor simbólico que permite a los sujetos sociales acceder a lo real, construir su identidad y su comunidad. El espacio público existe, así pues, en todas las sociedades, pero su naturaleza difiere de unas a otras. En las sociedades modernas, es el lugar de la transformación de este trío simbólico, mientras que en las sociedades sin historia éste escapa a la acción de los actores sociales.

Por otra parte, se distingue en el concepto de la esfera pública la dimensión argumental y deliberativa de la estética (Breton, Proulx, p. 204). La primera remite a una esfera de libre expresión, de discusión y de argumentación y por ello a la concepción calificada por Habermas como normativa y generadora de ideología. El espacio público es el lugar de la discusión racional y necesita una ciudadanía

autónoma, ilustrada, dotada de moralidad y que se adhiere de manera voluntaria a los principios democráticos.

La dimensión estética se refiere más bien a una escena de representación donde los actores, los acontecimientos y los problemas sociales son accesibles a la visibilidad pública. En este sentido, el espacio público es un escenario de publicitación. La dimensión estética también comporta una dimensión dramaturgica y escénica (Quéré).

La concepción estética de inspiración arendtiana es más sensible a lo que Quéré llama la dimensión escénica del espacio público y a las cuestiones de visibilidad, de manifestación pública y de la apariencia. Remite a un dispositivo de configuración de lo colectivo que lo hace visible y sensible a aquellos que han participado en él, mientras que la concepción habermasiana no permite captar las formas sensibles del espacio público (Quére).

Para Hannah Arendt, el dominio público es el dominio de la apariencia, de la manifestación y de la salida de las tinieblas de la vida oculta, es decir de la vida privada. La entrada en el mundo común es una liberación. El mundo común supone a la vez, relación y privacidad. Es como la mesa que reúne y separa al mismo tiempo.

El espacio público es, pues, el lugar de la diversidad y del encuentro de perspectivas así como de su multiplicidad, de la diferencia y de la variedad humana. El aislamiento anuncia el declive del mundo común, según H. Arendt. Éste acaba también cuando no se lo ve más que bajo una sola perspectiva, cuando no se tiene derecho a estar presente más que bajo una sola perspectiva. La tiranía es así el fin de la diversidad y de la variedad humana y el triunfo de la identidad. El mundo común supone también un espacio de representación. Precediendo al dominio público, dicho espacio es el espacio humano simbólico de la palabra. Está unido a los hombres y a sus acciones, es un dominio en potencia, una potencia en acto. El espacio de representación supone la agrupación de hombres liberados de la suspicacia y del miedo. Del mismo modo, el mundo común es necesaria para la representación.

Inspirándose en esta concepción estética del espacio público, Jean Luc Ferry propone una acepción más amplia basada en un enfoque centrado en la publicitación. El espacio público sería el «marco mediático gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades post-industriales es susceptible de presentar a un público los múltiples aspectos de la vida social» (Ferry, p. 8). El término mediático remite a la mediatización de las actividades de la vida social hacia un amplio público que supera el marco de un grupo social restringido. Esta mediatización, o publicitación, utiliza un medio de comunicación de masas (periódico, televisión, radio). El espacio público es así «el medio en el que la humanidad se muestra a sí misma como espectáculo».

La mediatización desborda el espacio nacional del Estado-nación, de ahí la interpenetración de los espacios públicos. Ferry califica esta ampliación del espa-

cio público como una extensión horizontal, que se articula con otra extensión de tipo vertical, que cubre la irrupción de los temas, y de los problemas, de la vida personal y de la intimidad.

LA ESFERA PÚBLICA TUNECINA

El reto que supone caracterizar la esfera pública en el mundo árabe se sitúa, por consiguiente, en dos niveles distintos.

Un primer nivel, político, concierne a la comunicación como actividad de discusión, de debate contradictorio, de deliberación sobre los asuntos públicos por los ciudadanos. Se trata de analizar en él el compromiso de los ciudadanos con los espacios públicos habilitados, entre otros, por los medios de comunicación libres e independientes y por las libertades políticas y los derechos de acceso a la comunicación pública y por las garantías institucionales de que disfrutan, que les permiten dar su opinión sobre los asuntos de la *polis* y expresar sus juicios críticos.

Un segundo nivel, cultural, tiene que ver con las formas de publicitación de las actividades sociales, de los mundos personales. Este segundo nivel sobrepasa el nivel estrictamente político del compromiso ciudadano, y remite a la representación de la diversidad y de la pluralidad sociales, al reconocimiento de los individuos que gozan del derecho a la visibilidad pública. La relación de los medios con la esfera pública ya no se limita así a planificación del espacio de debate y de deliberación sobre los asuntos públicos. Los medios constituyen en esta perspectiva un dispositivo de representación pública del mundo social.

Así, esta concepción ampliada nos permite comprender la formación de una esfera pública y sus transformaciones en otros universos culturales, sin la referencia a un modelo idealizante y normativo (Miège, p. 150). Esta ampliación es una suerte de des-occidentalización que libera al investigador de un modelo dado, de la vara de medir con la que se compara la esfera pública en el mundo árabe. No se trata ya por consiguiente de aceptar o de negar la existencia de una esfera pública, pensada según el modelo habermasiano, sino de aprehender sus modos de funcionamiento.

Por otra parte, mientras que las aproximaciones a la esfera pública en el mundo árabe se centran frecuentemente en el análisis del «espacio público» árabe conformado por las cadenas de televisión vía satélite, aquí nos interesamos por una esfera pública nacional, propia de cada sociedad árabe, aunque sin olvidar la importancia de la dimensión árabe de esta esfera pública nacional, favorecida por la mundialización de la comunicación.

En este sentido distinguimos desde un punto de vista histórico, tres modelos de esfera pública.

LA ESFERA PÚBLICA DE LOS PUBLICISTAS

Una esfera pública formada en el contexto de la irrupción de la imprenta a finales del siglo XIX y organizada por una prensa nacional de opinión, animada por los intelectuales nacionalistas y receptores de los debates en torno a los grandes temas culturales y políticos ligados a la identidad nacional, a la liberación de la colonización y al renacimiento cultural... Esta esfera pública era limitada. Por una parte, la prensa de opinión, en una sociedad mayoritariamente analfabeta, se dirigía a un público muy restringido. Por otra parte, la potencia colonial impedía a través de todo tipo de dispositivos de censura el desarrollo de esta prensa de opinión.

LA ESFERA PÚBLICA AUTORITARIA

Un segundo modelo de esfera pública surge inmediatamente después de la independencia nacional. Se sustenta, de modo creciente, en los medios de comunicación de masas y especialmente la televisión. Esta esfera pública es de tipo autoritario porque las redes públicas de comunicación, volcadas a la movilización de ciudadanos leales, estaban dominadas por el poder central.

De hecho, los dispositivos mediáticos y de publicidad fueron confiscados por la nueva élite política y su jefe. Éste se aseguró, especialmente a través de la televisión, la irradiación de su palabra y la hipervisibilidad de su imagen mitificada. Esta nueva puesta en escena del poder tenía el reverso de la «invisibilización» de los ciudadanos-súbditos, transformados en espectadores de la acción de su jefe. La invisibilización afectaba a la oposición política, a sus actores y a sus discursos, pero también a la pluralidad misma de la sociedad, de los sujetos y sus mundos disimulados bajo una escena pública en la que se desplegaba la presencia avasalladora y espectacular del jefe.

La invisibilización tiene algo específico en relación a la censura, puesto que no concierne a la palabra política subversiva, sino que afecta a los sujetos, su mundo social, sus cuerpos... Lo que está en juego no es, pues, impedir el acceso de la palabra política a los medios sino ocultar a los ciudadanos y su mundo.

Consagrados a la magnificencia de su persona y de su obra, los medios son escenario exclusivo del jefe y espectacularizan su poder en el marco de una comunicación de tipo paternalista. El jefe político es a la vez depositario eterno del poder legítimo, padre de la nación, su jefe político y su guía supremo. El jefe político es el combatiente supremo, el artífice del cambio perpetuo. De este modo, Habib Burguiba quiso disponer de los medios de transformación cultural de la nación. La televisión fue para él el medio ideal de entrar en comunicación con un pueblo al que quería educar en los nuevos valores.

Pero los medios se fueron transformando poco a poco, de instrumento de cambio de las mentalidades y de lucha contra las tradiciones, en instrumento de

propaganda dedicado al culto al jefe. Así la televisión dejó de ser, como quería Bargaoui, un medio de educación de la masas y de interacción con el pueblo, para convertirse en el escaparate del jefe. Posteriormente, en el contexto de la creciente crisis del Estado, y ante el incremento de la oposición política y los efectos de la modernización social que el propio Estado había iniciado, la televisión llegó a convertirse en factor de ruptura con la sociedad.

El espacio público nacional autoritario experimentó, a partir de principio de los años noventa, los efectos de desestructuración generados por la mundialización de la comunicación. El Estado fue a partir de entonces incapaz de controlar las nuevas redes de comunicación y de regular sus flujos. Así, el espacio público conoció una doble extensión. Las cadenas de televisión vía satélite árabes configuraron un espacio alternativo donde aparecían élites políticas e intelectuales anteriormente marginadas. Esto resultó ser particularmente decisivo en el terreno religioso. El dominio de las redes de mezquitas sometidas al control estricto del Estado se quebró por completo ante el acceso directo de los tunecinos a los nuevos canales.

A los efectos de la televisión vía satélite se suman los de los nuevos medios de comunicación y de las diferentes aplicaciones que ofrece Internet: foros de discusión, páginas personalizadas, blogs y finalmente las web de redes sociales. Estos espacios constituyen en conjunto un espacio público virtual cuya formación está íntimamente ligada a la crisis progresiva tanto de los medios de comunicación de masas controlados por el Estado como de los dispositivos de mediación política.

Sin embargo, el espacio público virtual no es únicamente un espacio de activismo y de protesta y compromiso político contra el Estado, pues los contenidos políticos censurados eran accesibles tan solo a una élite política. En este sentido los efectos de la protesta política a través de Internet redundaban sobre todo en el sabotaje de la imagen del régimen en el extranjero.

El espacio público virtual se ha formado a partir de una doble dinámica. En primer lugar, sin duda, tenemos los efectos de desestructuración derivados de la mundialización de la comunicación. En efecto, las tecnologías de la comunicación que el régimen promovió como un medio de modernización del Estado y sus instituciones, acabaron poniendo en solfa los dispositivos de control de la esfera pública. En un segundo momento, estas tecnologías favorecieron el surgimiento de espacios de expresión y de nuevos actores en la comunicación pública (blogueros, administradores de páginas de Facebook, etc.).

LA ESFERA PÚBLICA DEMOCRÁTICA

La caída del régimen y los cambios políticos subsiguientes han alterado radicalmente el contexto político de la comunicación pública. El desmoronamiento de los dispositivos del control autoritario de los medios y las nuevas libertades

políticas han transformado radicalmente las condiciones de acceso a la esfera pública, sus actores, los modos de compromiso y de publicitación... Emerge pues una retahíla de nuevos medios de comunicación: periódicos, emisoras de radio, canales de televisión, páginas web en Internet. Las élites políticas e intelectuales reprimidas por el poder o marginalizadas acceden a la visibilidad mediática. Los medios se convierten así en la palestra política donde todos se contrastan: actores políticos, intelectuales, activistas de la sociedad civil. La principal innovación de la nueva esfera pública en formación es la representación de la diversidad política, de la pluralidad social y de la variedad intelectual de la sociedad tunecina. Todas las ideas políticas, las prácticas sociales, las actitudes ideológicas parecen disfrutar del derecho a la visibilidad. El espacio público virtual pierde así su carácter paralelo y alternativo, pues todo aquello que había sido expulsado del espacio público tradicional y disimulado en el espacio virtual, se manifiesta a plena luz del día, aparece bajo todas sus formas. A la estética de lo único y de la unidad le sucede la estética de la diversidad y de la multiplicidad. Sin embargo, esta diversidad se manifiesta en una esfera pública cada vez más fragmentada y parcelada por antagonismos y enfrentamientos políticos e ideológicos que sitúan a los tunecinos unos contra otros.

¿ES FACEBOOK UN ESPACIO PÚBLICO?

La doble movilización del modelo habermasiano argumentativo y estético arendtiano permiten analizar Facebook como una ramificación del espacio público virtual. Si lo analizamos en relación a las principales mutaciones de la esfera pública tunecina, cabe observar que Facebook ha experimentado tres grandes transformaciones o fases.

LA FASE SOCIAL: FACEBOOK COMO ESCENA DE PUBLICITACIÓN DEL MUNDO SOCIAL

El desarrollo de Facebook en Túnez data de 2007. Las estadísticas muestran una rápida evolución de abonados paralela a la generalización de la banda ancha y a la reducción del coste de los equipos y de los abonos.

Facebook emerge progresivamente como espacio de expresión y comunicación, y amplía considerablemente el espacio público virtual. Favorece, en efecto, nuevas formas de visibilidad de los mundos individuales y sociales... Es evidente que los blogs han dejado de ser un fenómeno más o menos reducido propio de una élite de activistas políticos sometidos a una censura eficaz y selectiva.

El sistema mediático tradicional ha perdido su capacidad de regular la comunicación pública, de seleccionar a sus actores y contenidos y de organizar el

acceso al espacio público. Es más, el monopolio ha pasado a ser contraproducente, pues es partícipe de la ruptura del Estado con la sociedad e instituye el doble aislamiento del poder y de la sociedad.

Lo personal y lo social encuentran en Facebook un amplio espacio donde manifestarse por lo que se convierte en un espacio alternativo y paralelo, que integra diferentes categorías sociales y favorece todo tipo de actividades comunicativas, amparadas por diferentes aplicaciones: correo instantáneo, publicidad, intercambios de opinión. El Internet tunecino pierde así su carácter elitista e institucional. La presencia en Internet ya no es atributo de las instituciones o de las élites (los activistas en particular). Facebook propone un espacio de debate colectivo, de creación de acontecimientos que permiten la coordinación de acciones colectivas.

Pero la red Facebook se convertiría fundamentalmente en un espacio de expresión personal y social, donde los usos dominantes se inscriben en el marco de los usos dominados: publicación de posts, de fotos, participación en contenidos lúdicos y recreativos, intercambio de felicitaciones en las fiestas religiosas.

Poco a poco los usuarios desarrollan sus capacidades de acción colectiva en el ámbito político y social. A lo largo del verano de 2008, los habitantes de Sfax organizaron una amplia campaña contra la cadena privada Nessma para condenar la difusión de una telenovela considerada humillante para la ciudad y sus habitantes. Los usuarios organizados en grupos de acción sabotearon la web de la cadena utilizando masivamente la función «denunciar». Este caso, así como algunos otros, desbordó el espacio virtual a través del eco que alcanzó principalmente en la prensa.

Por otra parte, surgieron diversos espacios de debate en la red social en torno a diferentes temas ligados especialmente a la vida social: micro-debates sobre cuestiones públicas y sobre acontecimientos de la vida social.

A pesar de la efervescencia y la agitación con que irrumpe constantemente, Facebook continúa sin causar efectos decisivos sobre la realidad política y social. El poder piensa que el ciberactivismo social queda circunscrito a los límites del mundo virtual.

FACEBOOK, ESCENA REVOLUCIONARIA

El potencial de expresión, acción, representación durante mucho tiempo confinado a la virtualidad del espacio electrónico, se desplegará progresivamente a partir del 17 de diciembre de 2011, fecha marcada por la inmolación de Mohamed Bouazizi. Los efectos de la globalización de la comunicación se desplegaron en toda su amplitud. Los vídeos de las protestas en las ciudades insurgentes se difundieron a través de Facebook, reproducidos en un primer momento en páginas y por usuarios cada vez más numerosos y posteriormente, en un segundo

momento, a través de las cadenas vía satélite. Llegaban así a audiencias que abandonaban sus medios de comunicación nacionales. El poder perdió de esta forma la partida de la representación de los acontecimientos, una partida que pensaba que podía ganar simplemente disimulándolos.

Facebook se convirtió así en un amplio escenario en el que los tunecinos fueron protagonistas en tanto que ciudadanos y actores implicados en los asuntos públicos, al mismo tiempo que retrocedían sus sentimientos de miedo y de recelo.

Inicialmente el compromiso ciudadano se concretó en diversas modalidades, como el intercambio de información, de vídeos y de textos. Posteriormente adoptó formas más significativas. Los perfiles, enarbolando la bandera tunecina ensangrentada, con ojos llorosos pero solidarios, jugaron un papel importante en la representación de una revuelta generalizada.

El modo de estar presente en la escena revolucionaria no fue de tipo argumental o discursivo. No se trataba de una deliberación por parte de los ciudadanos sobre la democracia y la dictadura, sino de una manifestación espectacular y emocional que exhibía un entusiasmo comparable al descrito por Kant para la Revolución francesa. Tal fue el entusiasmo que experimentaron los espectadores comprometidos.

Más que un medio de movilización para las acciones locales, función que a menudo quedó al margen, Facebook constituyó una escena revolucionaria en el sentido que Jacques Rancière da a este término. Esta escena revolucionaria que toma cuerpo en un dispositivo de visibilidad o de reconocimiento, pues es el lugar del «acceso de todos a la luz de mirarse los unos a los otros y de considerar el vínculo de su comunidad» (Rancière, p. 53).

Facebook puso en escena a una comunidad política en formación a través de esta coproducción de la escena revolucionaria: un conjunto de perfiles y páginas que interactuaban entre sí. Caso diferente fue el desarrollo de los acontecimientos en Egipto, donde la televisión desempeñó el papel clave en la traslación mediática de las concentraciones de masas indignadas en la plaza Tahrir.

El proceso revolucionario es en ese sentido la manifestación de quienes se vieron reducidos al silencio durante mucho tiempo, excluidos de la escena pública. La conquista de la voz política como compromiso con los asuntos públicos es una emancipación a la vez individual y colectiva que ilumina la noche de cada cual (Rancière, p. 58).

De ahí que Facebook haya sido la escena en la que los tunecinos se han manifestado emancipados de su prolongado sometimiento, rompiendo el silencio y reclamando en la esfera pública el derecho a la ciudadanía.

LA FASE POLÍTICA

Facebook permaneció durante mucho tiempo como un espacio aislado del espacio público tradicional, interactuando escasamente con la vida política y social, participando así en una esfera pública dividida, constituida por un espacio público autoritario organizado por los medios de comunicación tradicionales y otro virtual paralelo y alternativo.

En el contexto post-revolucionario, Facebook ha conocido progresivamente una diversificación creciente de sus usos y contenidos. La coordinación de acciones colectivas y especialmente de las manifestaciones son los usos más importantes que se le han dado.

La diversificación afecta también a los contenidos creados e intercambiados por los usuarios: textos originales escritos por los usuarios, contenidos de los medios de comunicación, artículos de prensa, vídeos de programas de televisión, material audio, contenidos de los mismos medios retocados por los usuarios, caricaturas...

Facebook acoge del mismo modo, sin poner trabas, la pluralidad del mundo social, político e intelectual cuya manifestación se ve favorecida por la supresión del dispositivo de coerción y censura. Así todos los movimientos políticos, intelectuales, asociativos, actores políticos todos ellos están a partir de ahora presentes en Facebook.

Interactuando con la nueva esfera pública democrática, Facebook se ha politizado cada vez más, perdiendo por eso mismo su carácter alternativo y paralelo. En la actualidad consiste en una infinidad de espacios, de páginas personales o comunitarias y de grupo. Los espacios colectivos, que acogen mínimas interacciones, raramente son espacios abiertos, plurales. Basados en la homogeneidad ideológica y el consenso intelectual, estos espacios no están abiertos al debate, a la argumentación, a la deliberación sobre cuestiones ligadas a asuntos públicos. Esta situación de comunicación ideal se da muy pocas veces, pues los usuarios no interactúan en el marco de un debate racional a través del intercambio de argumentos, sino que se lanzan –en el contexto de la oposición ideológica y política entre islamistas y modernistas, entre defensores del gobierno y partidarios de la oposición– a luchas en las que se cruzan todo tipo de injurias e invectivas, en las que se busca la estigmatización del adversario y su descalificación mediante la palabra, la imagen, etc.

Las personalidades políticas, los intelectuales de aquí y de allá a menudo han sido ridiculizados mediante diferentes técnicas: el rumor, el trucaje de una foto, videoclips... Estos contenidos son producidos y difundidos a través de páginas creadas a menudo por gente anónima. Estas reúnen un número creciente de seguidores que participan mediante un comentario, o que comparten los contenidos difundidos por la página.

Las páginas de Facebook constituyen en las actuales condiciones un tema político mayor, en el sentido de que se mueven en el juego de la política. Cada vez más páginas de Facebook son instrumentalizadas en la lucha ideológica y política, perdiendo así su carácter comunitario y ciudadano. Se sospecha incluso que algunos movimientos políticos, como es el caso de Nahda, el partido en el poder, estarían financiando dichas páginas. Se habla así cada vez más de «milicias facebookianas» mantenidas por militantes políticos.

En este contexto, las representaciones en Facebook de los roles políticos han evolucionado de manera considerable. De espacio de protesta y de lucha en pro de una «prensa ciudadana» hecha por los ciudadanos para los ciudadanos faltos de una información libre y veraz, Facebook ha pasado a percibirse en el contexto de la polarización de la vida política y de las divisorias de la vida intelectual, como un medio de discordia política, de división ideológica y de perversión de la comunicación pública.

En este sentido, Facebook ha sido conquistado por los partidos políticos, por las instituciones gubernamentales, por los líderes políticos que buscan desarrollar todo tipo de estrategias de marketing y de comunicación en el seno mismo de la red.

CONCLUSIÓN

El análisis de las relaciones de los nuevos medios de comunicación con la problemática de la esfera pública, en el contexto de las sociedades democráticas occidentales, incide sobre los modos de regeneración de una esfera pública originaria, la de la Época de las Luces, pervertida por el poder mediático y el debilitamiento de la participación ciudadana en una vida política confiscada por las élites y los partidos. En el mundo árabe, el análisis de esta problemática incidiría más bien, como lo muestra nuestra reflexión, sobre la dinámica de invención de una nueva esfera pública democrática.

Entender esta nueva esfera pública es, desde nuestro punto de vista, analizar la comunicación pública en sus complejas relaciones con los cambios políticos y con la identidad cultural. La comunicación pública es a la vez un reto político e identitario, pues está estrechamente relacionada con las tensiones ligadas a modelos de sociedad en concurrencia.

Traducción de Eva Teixidor

BIBLIOGRAFÍA

- BRETON, P. y S. PROULX: *L'explosion de la communication*, París, La Découverte, p. 204.
- DAHLGREN, P. y M. RELIEU (2000): «L'espace public et l'Internet. Structure, espace et communication», *Réseaux*, vol. 18, n.º 100, pp. 157-186.
- FERRY, M. (1989): «Les transformations de la publicité politique», *Hermès*, 4, p. 21
- HABERMAS, J. (1997): *L'espace public*, París, Payot.
- (1992): «L'espace public, 30 ans après», *Quaderni*, 18, otoño, p. 187.
- LYNCH, M. (2006): *Voices of the new arab public. Iraq, Al-Jazeera, and Middle East politics today*, Nueva York, Columbia University Press, p. 54.
- MIÈGE, B. (2004): *L'information – communication, objet de connaissance*, Bruselas, De Boeck&I-NA, pp. 135-175.
- PAPACHARISSI, Z. (2002): «Virtual sphere internet as a public sphere», *New Media & Society*, 14 (1), pp. 9-27.
- QUÉRÉ, L. (1992): «L'espace public: de la théorie politique à la métathéorie sociologique», *Quaderni*, 18, otoño, p. 77.
- RANCIÈRE, J. (2003): «La scène révolutionnaire et l'ouvrier émancipé, 1830-1848», *Tumultes*, éditions Kimé, 1/2003, n.º 20, pp. 49-72.

.....

SADOK HAMMAMI es doctor en Ciencias de la Información y de la Comunicación por la Universidad Stendhal de Grenoble y profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad La Manouba (Túnez).