

OPINIÓN PÚBLICA DIGITAL: ¿NUEVAS FORMAS DE CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA?

DIGITAL PUBLIC OPINION: ¿NEW FORMS OF DISCURSIVE CONSTRUCTION?

Etelvina Hernández Aguirre

Universidad de Panamá. Facultad de Comunicación Social. Panamá

etelhh@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-0413-0550>

Artículo recibido: 08 septiembre de 2022.

Artículo aceptado: 06 de enero de 2023.

RESUMEN

La noción de esfera pública de Habermas, generadora de opinión pública, hoy tiene lugar en las plataformas digitales, consideradas espacios visibles, abiertos y transparentes (Cruz, 2015), contribuyendo a generar una opinión pública, producto de la participación ciudadana y posibilitando una red de comunicación que construye sociedad tal como indicaba Niklas Luhmann. Es el caso del *Ágora del Bicentenario de la Independencia de Panamá de España* (2021), espacio digital institucionalizado que, en medio de la pandemia por la covid-19, logró generar discursos en materia de agua potable, electrificación, vivienda, adecuación de aeropuertos para lograr un verdadero *hub* de las Américas, entre otros temas. Por tanto, el objetivo de este artículo es analizar esta discursividad pública, a la luz de algunos aspectos históricos-conceptuales, que, desde su acepción de voluntad general hasta considerar su noción psicosocial, la opinión pública tiene una función política y comunicativa consustancial a su naturaleza. La discursividad que se plantea en la nueva esfera pública no modifica la realidad sociopolítica de los viejos tiempos, pero sí destaca un mayor rol interactivo y participativo en un contexto de libertad democrática de los ciudadanos. Adicionalmente, y "gracias a los nuevos medios, se rompe con la homogeneidad de la opinión pública y se da lugar a nuevas formas de pensamiento. Por lo tanto, indiscutiblemente hay un cambio en cómo se forma la opinión pública y en sus formas de interacción con el discurso y el podio social" (Civila de Dios *et al.* 2020).

Palabras clave. Opinión pública, esfera digital, Ágora digital Panamá.

ABSTRACT

Habermas' notion of public sphere, generator of public opinion, today takes place on digital platforms, considered visible, open, and transparent spaces (Cruz, 2015), contributing to generate public opinion, product of citizen participation and enabling a communication network that builds society as indicated by Niklas Luhmann. This is the case of the *Agora of the Bicentennial of the Independence of Panama from Spain* (2021), an institutionalized digital space that, during the Covid-19 pandemic, managed to generate discourse on drinking water, electrification, housing, adequacy of airports to achieve a true *hub* of the Americas, among other issues. Therefore, the objective of this article is to analyze this public discourse, in the light of some historical-conceptual aspects, which, from its meaning of general will to consider its psychosocial notion, public opinion has a political and communicative function consubstantial to its nature. The discourse that arises in the new public sphere does not modify the socio-political reality of the old times, but it does highlight a greater interactive and participatory role in a context of democratic freedom of citizens. Additionally, and "thanks to the new media, the homogeneity of public opinion is broken, and new forms of thought are given rise to. Therefore, there is unquestionably a change in how public opinion is formed and in its forms of interaction with the discourse and the social podium" (Civila de Dios *et al.* 2020).

Keywords. Public opinion, digital sphere, Ágora digital Panamá.

INTRODUCCIÓN

Los caminos recorridos por filósofos y sociólogos hacia el estudio de la naturaleza conceptual de la opinión pública, evidencian un escenario complejo en los intentos por definir las categorías analíticas que permitan comprender la opinión pública como concepto y fenómeno psicosocial, político y comunicativo, que hoy tiene lugar en los espacios públicos digitales.

Teniendo como norte esta inquietud, hemos querido dar una mirada a la concepción de 'opinión pública' desde el pensamiento clásico, para luego referirnos al pensamiento de Jürgen Habermas, Niklas Luhmann, Walter Lippmann y otros autores en torno a las características de este constructo en un espacio público rediseñado.

Diversos han sido los términos usados para referirse a 'opinión pública'. En la antigua Grecia: voluntad general, voz del pueblo, *vox populi*, bien común, en el que prevalecía el don de la palabra para transmitir, persuadir y motivar.

La oratoria era la principal estrategia para convocar a los lugareños a las plazas públicas para discutir los asuntos relacionados con el 'bien común'. Para los griegos, la opinión era denominada *doxa* y *episteme*, muy parecido a la verdad. Platón concebía la 'opinión' como una especie de semisaber, basado en creencias vinculadas con el vulgo, el pueblo.

En cambio, para Aristóteles, la *doxa* tiene un valor en tanto es un conocimiento aproximado que se acerca a la verdad. Reconocía, sin embargo, que el hombre, mediante la razón, puede afrontar sus dificultades. Y así, "Varios filósofos griegos se centraron en el asunto de la *doxa*. Parménides empleó la noción para aludir a la 'vía de la opinión', diferente de la 'vía de la verdad'. Platón, por su parte, consideraba que la *doxa* era un conocimiento engañoso desarrollado a partir de la imaginación y de la fe. De esta forma se oponía a la *episteme*, un conocimiento que podía justificarse como verdad" (Pérez Porto y Gardey, 2017).

Es a Rousseau (1750), citado por Orejudo *et al* (2015) a quien se le atribuye la denominación del concepto de opinión pública. En su obra clásica, *El contrato social* desarrolla su pensamiento filosófico político. Rousseau "... trata de restituir la verdad del hombre expresada a través de la voluntad general" (p. 2).

Rousseau sostiene que los gobernantes deben saber cómo dirigir las opiniones, conocer las formas como se manifiestan y luego encauzarlas hacia los fines políticos que persigue el gobierno, mediante la elaboración de leyes que beneficien a las grandes mayorías (Gómez, 1982).

El pensamiento de Habermas es oportuno al analizar el concepto de 'esfera pública'. Hoy, esa esfera se ha trasladado a las plataformas digitales, donde la ciudadanía comparte contenidos en reclamación de soluciones de asuntos públicos, aunque estos se originen en un entorno privado. Si ayer las reclamaciones populares, convertidas en opinión pública, se limitaban al entorno del conglomerado que lo representaba, léase organizaciones civiles, sindicatos, entre otros, que los medios recogían, hoy las redes sociales globalizan los asuntos locales.

Castrelo (2018) indica que: "... si algo caracteriza a la interacción en las nuevas plataformas digitales es la multiplicación de los intercambios y, con ello, la profundización de dinámicas no consensuadas" (p. 72). Y surgen los cuestionamientos: ¿Los nuevos espacios digitales posibilitan el consenso sociopolítico?

Sin lugar a duda, la opinión pública tiene una función política que se expresa de diversas formas: manifestaciones, huelgas, mítines, etc., y que son indicios de participación ciudadana y de construcción de consensos sociales en la actual coyuntura política de la nación panameña. Tal es el caso de la plataforma Ágora, iniciativa digital que impulsa un pacto nacional orientado a la acción del espacio público.

Pero hay argumentos encontrados sobre la opinión pública y la política. Medina Muñoz (1974) señala que: "A veces, el interés y actitud ante los temas políticos resulta bastante exiguo en grandes sectores de la población. Por otra parte, ocurre a menudo que los sectores de

población más politizados como, por ejemplo: la Universidad, son reacios a los medios de información de masas, a los que consideran tendenciosos, servidores de interés clasistas, etc.” (p. 195).

Por tanto, el objetivo de este artículo es develar algunos caminos recorridos hacia la construcción del concepto opinión pública y analizar las formas cómo este discurso público se representa hoy en la esfera digital. Los fundamentos teóricos conceptuales ayudan a entender, en el contexto de ciertos determinismos culturales, la función política y comunicativa que desempeña la opinión pública digital en la construcción del discurso sociopolítico de la ciudadanía panameña.

MATERIALES Y MÉTODOS

Sobre la base de una investigación documental de fuentes de primera mano sobre las perspectivas de estudio de opinión pública en diferentes periodos, hemos querido repasar algunas concepciones teórico-conceptuales con la finalidad de recuperar la discusión académica que amerita el tema; particularmente en estas circunstancias en que se encuentran los sistemas de comunicación pública, como parte de la estructura de toda sociedad y a la luz de los nuevos espacios digitales. Esto, considerando que las transformaciones de las sociedades y el avance de la tecnología han sido determinantes en la evolución conceptual de la opinión pública y los actores, tienen actualmente un doble rol, en el que participan como emisores y; además, generan contenidos que interpelan a públicos diversos.

El análisis deductivo, inductivo e inferencial de la información obtenida nos ha permitido poner en perspectiva estas reflexiones en un intento por rediseñar una ruta de este campo del saber, que haga viable la enseñanza en estos tiempos de cambios de paradigmas y de reconstrucción de los fundamentos epistemológicos y que sustenten a la opinión pública como fenómeno psicosocial, político, cultural y comunicativo.

El material y los datos estadísticos fueron obtenidos de la plataforma *Ágora* (<https://www.agora.gob.pa/>) sobre la consulta pública realizada en el 2021. Esta iniciativa fue pensada, desde el aparato estatal, con el propósito de recibir propuestas específicas o líneas de acción que reflejen el sentir del público, del electorado, sobre los principales problemas socioeconómicos del país al cumplirse los 200 años de independencia de España. Una comisión de alto nivel, presidida por Paulina Franceschi, tuvo la responsabilidad de coordinar este diálogo y sistematizar las propuestas de ‘interés común’. Estas propuestas fueron publicadas en un documento denominado Pacto del Bicentenario, que integra 187 acuerdos; algunos de los cuales se cumplirán antes del término de la gestión Cortizo- Carrizo en el 2024.

Al comparar la esfera pública de corte habermasiano con la esfera digital, nos preguntamos: ¿El discurso refleja realidades sociopolíticas diferentes hoy en día? y ¿Qué cambios se reflejan? En las siguientes líneas abordaremos esta y otras inquietudes.

RESULTADOS

Miradas históricas conceptuales de opinión pública

La opinión pública es un campo del saber que se ha ido construyendo de a poco con el pasar del tiempo y el peso de la historia de la humanidad.

Y en los diferentes periodos de su evolución, las características que presenta el fenómeno de la opinión pública son particulares a cada época.

Evidentemente, la proliferación de la prensa, la televisión y ahora los sitios de prensa web y las redes sociales, configuran e incluso compiten por la conquista del nuevo espacio público; un escenario comunicativo, cuyas características deben considerarse a la luz de la transformación del modelo comunicativo unidireccional. Así tenemos que, sin pretender resumir

las etapas de la opinión pública, en tiempos griegos, la voluntad general y *vox populi* eran los términos con los que se designaba a la opinión pública y se basaba en la retórica exhibida en las plazas públicas, el Ágora.

La opinión era denominada *doxa* y ciencia, *episteme*, muy parecido a la verdad. Platón entendía a la opinión como una especie de semisaber, basado en creencias y vinculado con el vulgo, el pueblo. Para Aristóteles, en cambio, la *doxa* poseía un valor en tanto es un conocimiento aproximado, prevaleciendo una concepción filosófica de la opinión. Hoy, estas posiciones han quedado superadas, pues se entrecruzan las opiniones y el conocimiento, produciendo nuevas visiones acerca de lo público, de la participación ciudadana en los asuntos públicos, así como el rol que desempeña el Estado y los viejos y nuevos medios de comunicación en la instauración de la opinión pública.

Desde otra concepción, Locke (1690), en su Ensayo sobre el *Entendimiento humano*, sostiene que la opinión pública es un criterio dentro de una trilogía con la que el hombre juzga sus actos y los de otros: la ley divina, la ley civil y la ley de la opinión o reputación.

Se concedía gran poder a la ley de la opinión en las relaciones humanas. Locke considera que el hombre a lo que más teme es a la ‘mala opinión’, al escarnio público, al desprecio o a la desgracia como sanción de la comunidad hacia los violadores de la ley de opinión o de la reputación. Cuando fue ulteriormente atacado por cínico en materia de moralidad, se defendió diciendo que él no establecía reglas morales, sino "... enumerando las reglas que los hombres usan en sus relaciones morales, sean estas reglas legítimas o falsas" (Gómez, 1982, p. 21).

En cambio, para Juan Jacobo Rousseau, quien colocó a la opinión pública en el sitio político moderno, la voluntad general es el árbitro moral de la sociedad y las leyes derivan de esta voluntad general. Y adiciona al debate el hecho de que los gobernantes están obligados a saber cómo ‘dirigir’ las opiniones, conocer las formas en que se manifiestan y luego encauzarlas hacia los fines políticos que persigue el gobierno, mediante la elaboración de leyes que benefician a las grandes mayorías (Gómez, 1982, p. 22). La contribución de Rousseau tiene un alto valor, pues en 1750 observa, por primera vez, el fenómeno de ‘opinión pública’; con lo cual se le atribuye la paternidad del concepto y allana el camino en los esfuerzos por definir algunas pistas teóricas de este fenómeno.

Argumenta Rivadeneyra (2006) que: "... desde sus orígenes, el dogma del pecado original es el núcleo del cristianismo... Rousseau asesta un duro golpe a esa creencia, por cuanto la salvación ya no le es confiada a la religión sino a la política. La redención no vendrá de ningún Dios, sino del Hombre mismo" (p. 326).

Continuando con estas breves notas históricas, resaltamos el pensamiento de Jürgen Habermas, para quien la opinión pública es el mecanismo de diálogo y consenso democrático en torno a los asuntos socialmente relevantes, aunque no como un método cuantitativo de medición de actitudes. Asocia su concepto al ejercicio del poder político y social. En este sentido, producto de ese diálogo, González-Domínguez (2017) afirman que:

...la opinión pública es el resultado de la generación de discursividad, a partir de la discusión de un público que hace uso de la razón. Esta opinión es necesariamente discursiva, concretizada en la publicidad (publicación de discursos accesibles al público). No es un asunto de datos de un ‘sí’ o ‘no’ (como respuesta a la pregunta: ¿votaría por el candidato X?). No es una simple categoría de regular, excelente, peor, etcétera. La opinión pública no es medible en número, sino que posee la cualidad de poder argumentativo, capaz de decidir acciones (p. 26).

González-Domínguez (2017) reconoce, además que: "... la opinión pública es el elemento cualitativo más importante de la práctica política, ya que es resultado de la discusión de un público que se reúne haciendo uso de la razón. Esta definición contrasta en extremo con la que se preocupa por el número." (p. 28).

Desde otro enfoque, Habermas (1974) sostiene que la opinión pública también es un ‘término de batalla’, componente del discurso de los políticos y fuerza que desempeña un papel protagónico en el campo de la política y que no puede reducirse a los sondeos de opinión. Sin embargo, Portillo (2000) reconoce que es casi una norma que los gobernantes cada vez más se apoyen en las encuestas y en “... esta forma directista de gobernar midiendo el pulso de los ciudadanos” (p.5).

Otro alemán que nos ofrece elementos de juicio para entender la opinión pública, desde las últimas décadas del siglo pasado, es el sociólogo alemán Niklas Luhmann, estudioso de la sociedad global en la que la comunicación es parte de la sociedad y con ella la opinión pública. Enfatiza que la sociedad es una red de temas y que forman parte de la estructura social.

Y como hemos señalado, no hay opinión sin comunicación, es de vital valor integrar su pensamiento a esta diversidad de enfoques. A nuestro juicio, este entramado de travesías teóricas conceptuales sirve de hilo conductor para entender las dimensiones de la opinión pública, entre esas la comunicativa, expresada en la esfera pública digital por ciudadanos que actúan desde lo privado; configurando nuevas formas de participación social, de ciudadanía y en la que se renueva su fuerza política.

El Ágora digital del bicentenario de independencia de Panamá de España

Transcurre el año 2021 y de aquel silencio cómplice del medioevo, hoy se recupera ese espacio público de antaño, solo que ahora en las plataformas digitales. Ágora es el nombre designado al espacio digital de comunicación institucionalizado de participación, que convocó a los panameños a presentar propuestas para, según su objetivo, sentar las bases para transformar el tejido social, las instituciones y cerrar la brecha de las desigualdades preexistentes; ampliadas por la crisis del coronavirus. Aquí, la participación ciudadana fue abierta a todo aquel que tuviera una opinión o propuesta, con el fin de lograr un nuevo pacto social inspirado en la celebración de los doscientos años de la independencia de Panamá de España. Llegado a este punto nos preguntamos: ¿Inciden los espacios digitales gubernamentales en la conformación de una opinión pública genuina y en la construcción de consensos sociopolíticos?

Pero antes de abordar las interrogantes planteadas, veamos algunos resultados: 186,183 propuestas recibidas, 212, 272 participantes y 215,174 visitantes. El 97.1 % de las propuestas provinieron de cerca de 200 mil ciudadanos, 48.3 % mujeres y 51.66 % hombres. Se estima que un 6 % de la población interactuó.

Tradicionalmente, la participación ciudadana no ha sido parte de los planes electorales de los diversos partidos políticos en Panamá; sin embargo, podemos conocer la consulta hecha a los ciudadanos el 22 de octubre del 2006 sobre su aceptación o no de la ampliación del Canal de Panamá. En esa oportunidad, a través de un plebiscito, se logró que un 43.32 % emitiera su voto, dejando claro que el 76.86 % estaba a favor de la ampliación, mientras que el 21.76% la rechazaba.

Pero, como siempre, las consultas ciudadanas no han sido apoyadas de manera contundente por los gobiernos que, en democracia, han existido luego de la invasión de Panamá en 1989. Cada uno ha practicado su propio librito, máxime cuando las políticas públicas son generadas desde las instituciones en el ámbito que le compete mediante la consulta a sectores privados o sociedad civil, quedando en el círculo de influencia del funcionario de turno.

Por ello, la experiencia lograda con la plataforma Ágora inicia un camino muy poco ensayado de consulta ciudadana, ya que coloca temas de trascendental importancia en la red para que los ciudadanos puedan ejercer su derecho a opinar y de construcción del consenso, a partir de intereses comunes.

El 29 de mayo de 1998, el entonces presidente Ernesto Pérez Balladares, suscribió la Visión Panamá 2020. Mireya Moscoso, también rubricó la propuesta,

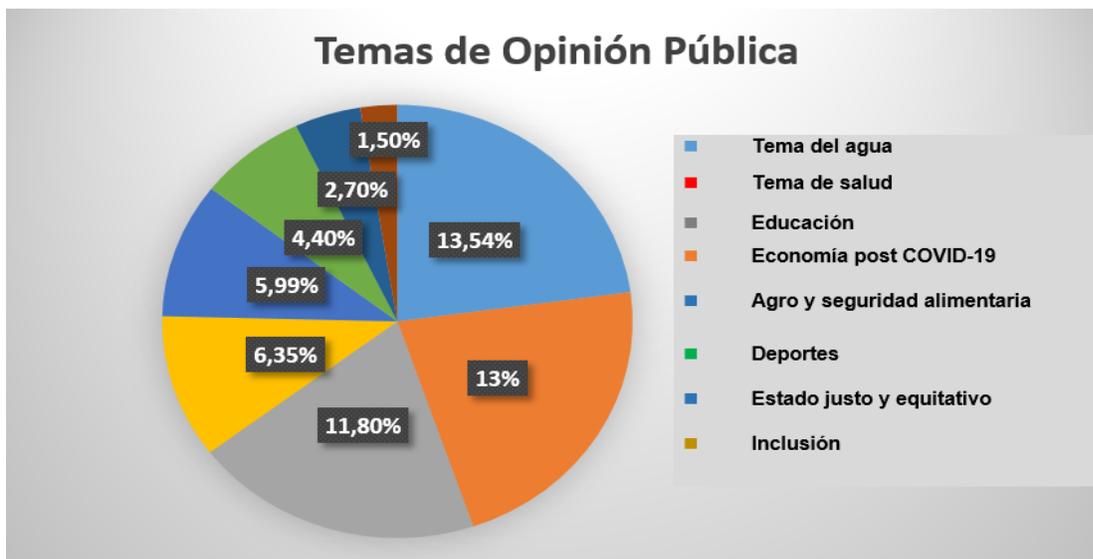
al igual que representantes de los partidos políticos, que años más tarde, acompañaron a Moscoso en su gestión presidencial. Sin embargo, muy poco de los compromisos allí adquiridos fueron puestos en marcha (Pérez, 2006).

Ejemplos de lo anterior, lo podemos leer en el artículo: *Panamá el país de los diálogos* de *El Panamá América*, agosto del 2001.

Los temas reflejados en la consulta digital se resumen en once categorías y otros temas de interés común y que constituyen la opinión pública:

Figura 1

Temas de opinión pública reflejados en la consulta digital.



Fuente:

https://www.agora.gob.pa/docs/informes/PB_Informe_Nacional_digital.pdf?csrt=12340910802269497862

Figura 2

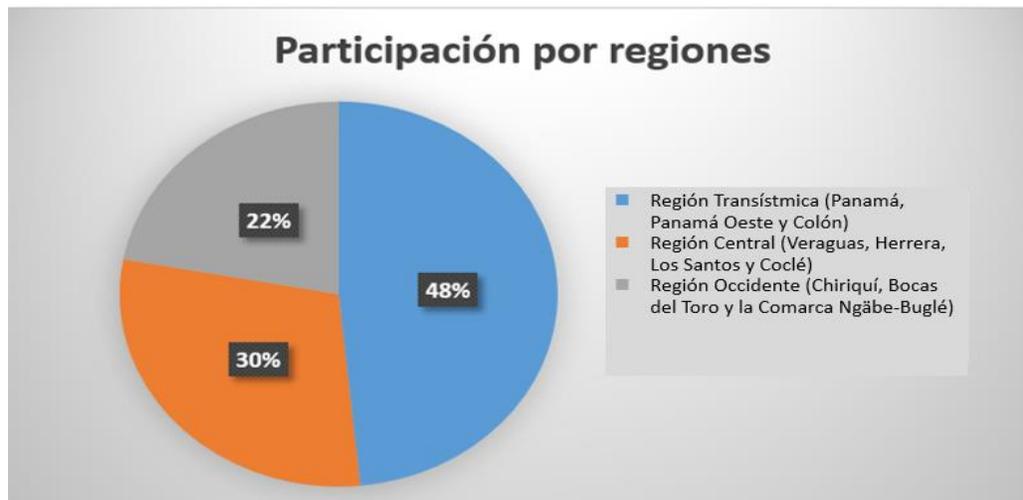
Participación por grupos de edades.



Fuente: https://www.agora.gob.pa/docs/informes/PB_Informe_Nacional_digital.pdf?csrt=1234091002269497862

Figura 3

Participación por regiones.



Fuente:

https://www.agora.gob.pa/docs/informes/PB_Informe_Nacional_digital.pdf?csrt=12340910802269497862

Los 187 acuerdos del Pacto del Bicentenario se definieron así:

Tabla 1

Áreas temáticas y números de acuerdos.

Áreas temáticas	Número de acuerdos
Agro	26
Salud	26
Cultura	25
Inclusión	25
Infraestructura	25
Ambiente	16
Educación	11
Agua	10
Estado	10
Deporte	7
Economía	6

Fuente:

https://www.agora.gob.pa/docs/informes/PB_Informe_Nacional_digital.pdf?csrt=12340910802269497862

En el siguiente apartado, analizaremos estos datos producto de la construcción de un discurso público.

DISCUSIÓN

Opinión pública: ¿nueva o vieja discursividad pública?

La esfera pública de hoy, generadora de opinión pública, se ha reconfigurado. El ciberespacio es “la nueva ágora mundial” (Castrelo, 2018). No hay límites fronterizos y los actores sociales presentan otras características: públicos, en calidad de ciudadanos libres e interactivos, participan en una multiplicidad de espacios digitales, en los que expresar opiniones no requieren de juicios elaborados, ni de controles previos. De esta manera, se refuerzan las propiedades de lo público: lo visible, lo común y lo abierto (Rabotnikoff, 2012, citado por Castrelo, 2018).

Un aspecto para destacar aquí es el papel mediador que ejerce el gobierno en la iniciativa llamada Ágora digital. Por ello, nos preguntamos si en el espacio público digital, el gobierno tiene vedada su participación o ¿es parte de ese espacio público? De acuerdo con Cefai (2012) indica:

...el espacio público es pensado como lugar de mediación entre los poderes públicos (el poder ejecutivo, la asamblea legislativa y el poder judicial, las agencias administrativas, los poderes locales), la sociedad política (partidos políticos, cuerpos constituyentes), la sociedad civil (iglesias, organizaciones sindicales, asociaciones cívicas y movimientos sociales) y los medios de comunicación (p. 1).

No obstante, y según la concepción habermasiana, la esfera pública corresponde al público, a los sectores ajenos al gobierno y no a los gestores de la cosa pública. En este sentido, Sampedro (2010) indica que la esfera pública no está conformada por un solo espacio, ni por un único público. Y hace una distinción entre la ‘esfera pública central’ y la ‘esfera pública periférica’.

Así, los nuevos y viejos medios intervienen cuando en nombre de la opinión pública, defienden sus intereses. Por otro lado, tenemos que el gobierno legitima el pulso de la opinión pública para tomar ciertas decisiones políticas; en tanto, las audiencias manifiestan su solidaridad por las causas populares, no obstante, su participación es relativa en la dinámica de la sociedad panameña.

Al hablar de esfera pública, Habermas (1974) vincula dos conceptos claves: opinión pública y democracia, reconociendo que solo unos ciudadanos dotados de derechos pueden expresarse en libertad y constituir una opinión o varias opiniones públicas. En cambio, en un régimen dictatorial, más que de opinión pública, se debería hablar de propaganda.

En consecuencia, cuando es tomada en cuenta por los gobernantes, la opinión pública contribuye a consolidar los sistemas democráticos. Vista, así las cosas, la esfera pública es “... convertida en el lugar de la argumentación y la deliberación, el ámbito privilegiado para el despliegue de la acción comunicativa, donde la razón acude a la solución de los conflictos sociales y al repliegue de los disensos” (Castrelo, 2018, p. 74).

Cabe advertir que los espacios digitales, impulsados o no desde el sector gubernamental, no solo se prestan para la construcción de consensos, sino también de disensos. Y de alguna manera, el accionar en las plataformas, deviene en peligro para la democracia.

En el espacio público el conflicto y el desacuerdo son más regla que excepción. De hecho, una arena pública no es un espacio para la generación de consensos entre opiniones diversas, sino un universo pluralista donde se entrecruzan, confronta y conviven, diferenciándose y relacionándose entre sí. (Cefaï, 2012, citado por Castrelo, 2018, p. 76).

Siendo conciliadora, lo expuesto en el *Ágora* digital constituye una red de temas y contenidos de la comunicación pública, una ‘tematización de la problemática social’, lo cual denota un modo de construir sociedad (Luhmann, 2000). Sin olvidar que el individuo está determinado por sus hábitos culturales, estereotipos, prejuicios, mecanismos que ayudan a fijar las ideas que tenemos del mundo, lo que pudiera no ser tan grave, sino el desinterés del mismo ciudadano por informarse y conocer los hechos informativos más allá de lo que narran los medios y las redes sociales (Lippmann, 1964).

Hay que resaltar que, en el experimento *Ágora*, los temas no surgen de la controversia que emana de los medios de comunicación en su calidad de difusores informativos y del efecto *gatekeeper*, sino de las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos por ejercer su ciudadanía y su derecho a opinar. Así, la opinión pública, en su dimensión cultural, refleja los comportamientos, costumbres y creencias colectivas referentes de las opiniones sostenidas por los individuos.

En este caso, los internautas intervienen en el espacio público para trazar una ruta de acción con señalamientos puntuales en el devenir de un país, actuando conscientemente en la búsqueda del bienestar colectivo e incidiendo en la construcción de un discurso que emerge de la interacción de los usuarios. En consecuencia, “... la opinión pública tiene la función de: control genérico e informal del comportamiento de los individuos y grupos; legitimadora del poder; vigilante de la vida política; controladora de las personas investidas de autoridad y sus decisiones; estimuladora del proceso de formación de decisiones políticas” (Rovigatti, 1981, citado por Tuesta, 1997, p.21). En otro sentido, la opinión pública no tiene una sola cara, en algunos momentos tiene una connotación elitista, pues discrimina entre una opinión racional e ilustrada de las minorías y una opinión superficial y manipulada de las masas.

Consideramos que todas estas manifestaciones de la opinión pública, enmarcadas en cada una de las esferas del conocimiento, se dan dentro de un clima político. Son, en buenas cuentas, opiniones políticas buscando influir o controlar la opinión pública al lograr entenderla. Y observamos que hoy ese concepto elitista de la opinión pública no es pertinente, pues hay innumerables ejemplos en los que las masas han sido convocadas para defender sus derechos, lo cuales se consideran vulnerados al usar las redes sociales, sin tomar en cuenta su condición social o escolar verbigracia las manifestaciones de los conductores en Canadá.

La opinión pública se presenta como un proceso, involucra etapas que tienen su propia dinámica. No todos los eventos comunicativos generan reacciones que afectan de la misma manera a los receptores o usuarios. Es cíclica, cambiante y transformadora (Rivadeneira Prada, 2000). Por consiguiente, la voluntad y la actitud de reaccionar a determinados mensajes controversiales y que el público rechaza por su inconveniencia o por otras razones, son piezas claves en este proceso.

Y en esto coincide Seoane (2019), la opinión pública es en esencia “... un sistema comunicacional que toma la forma que le dan los media y permite al sistema político reducir la complejidad social, pues, ya no es la suma de muchos sistemas sociales y poder tomar decisiones políticas con menos incertidumbre, aunque, desde luego, sin nada que ver ni con la racionalidad ni con el interés general” (p. 8).

La sociedad es comunicación, los grupos humanos introducen valores, sentimientos, discriminaciones a través del intercambio de símbolos y significados contenidos en las comunicaciones, las cuales constituyen herramientas estratégicas que facilita el entendimiento al reducir las complejidades y tensiones sociopolíticas a las que hace referencia Luhmann.

El proceso comunicativo de la opinión pública genera nuevos discursos y significados que son compartidos y avalados por los actores.

Habermas, (1974) y Niklas Luhmann, (2000) coinciden en reconocer el fundamento comunicativo que hace posible la opinión pública, tanto la que surge de la confrontación y descontento de los ciudadanos como la que es producto de la participación espontánea de los individuos, dotados o no de razón, en las plataformas.

Por muchas décadas, los medios de comunicación fueron, por excelencia, los encargados de fijar los temas deliberadamente, incluso sugiriendo soluciones a viejos y nuevos problemas, y que, a juicio de Luhmann, reduce el debate a su mínima expresión. Hoy, los medios digitales tienen la capacidad de movilizar grandes sectores de la población y ejercer presión a efectos de lograr conquistas sociales y económicas, lo que permite el incremento del debate público. Pero, el hecho de que estos espacios sean 'más abiertos', ¿es garantía de transparencia?

En el caso de Panamá, no hay que desmeritar la percepción ciudadana frente a la transparencia en el gasto público y la corrupción. Al final, los ciudadanos podrán ver si el ejercicio de participación sirvió para lograr sus objetivos o resultó ser un mecanismo de distracción o manipulación de la opinión pública en momentos tan cruciales como el que vivimos.

Indudablemente, el espacio público de hoy se reestructura y los gobiernos participan en este proceso de reconfiguración del nuevo espacio público digital y de la opinión pública, especialmente cuando ésta se piensa en función de políticas públicas.

Al destacar la función política de la opinión pública, se reafirma "... desde una perspectiva de la ciencia política, la opinión pública es ante todo y sobre todo un concepto político" (Sartori 1988, p. 118). Y Niklas Luhmann, cuando asevera que la "... opinión pública no se define como una entidad. Su modo de ser es el de una función: es el medio en el que el sistema político concreta una observación de segundo orden" (Fernández, 2013, p. 91).

CONCLUSIONES

Bajo las complejas miradas de la estructura social panameña y la diversidad teórica referenciada sobre esfera pública y opinión pública, revivimos la discusión académica sobre este campo del saber, a cuya fundamentación sociológica, psicológica y comunicativa, se le suma la tecnológica e interactiva. En este nuevo entorno digital, todos son públicos y emisores, con lo cual se superan los límites de lo conceptual empírico. Aunque es notable que la política, entendida como la ciencia del bien común, permea la construcción teórica de la opinión pública desde sus primeros tiempos.

Ahora bien, ¿son suficientes estas categorías analíticas para dar lectura a un entorno cada vez más convulsivo, impulsivo y polémico? Evidentemente no, pero sí es oportuno reconocer que la opinión pública, en tanto voluntad general, genera discursos y propuestas sociales de parte de unos interlocutores que espontáneamente deciden registrar en las pantallas sus opiniones, trasladando las funciones políticas y comunicativas de la opinión pública a esa nueva esfera.

En ese sentido, reconocemos que la función de la opinión pública es 'cientificar' la política. Esta se presenta como el elemento mediador que pone a los gobernados y gobernantes en una relación directa y, por tanto, legitima el sistema político. Aunque tiene sus matices, los actores en situaciones coyunturales específicas, aunado a un clima de opinión que en algún momento pudiera existir, acuerdan acciones y construyen consensos que afectan a todo un país.

El ejercicio de consulta popular Ágora, en medio de un problema de carácter mundial como es la pandemia por la covid-19 generó respuestas importantes del público participante, logrando posicionar como principales problemas el tema de la infraestructura, el fortalecimiento

de la viabilidad eléctrica, la salvaguarda de los recursos renovables, el acceso al agua potable, salud y medicamentos a bajo costo, promoción de la salud y educación de calidad.

De igual forma, se indica que es necesario fortalecer el *hub* de las Américas y, con ello, la adecuación del transporte urbano, marítimo y regional, amén de generar condiciones para la recreación y el deporte.

Indudablemente, el individuo está determinado por su cultura expresiva, hábitos y creencias, su capacidad de informarse, independientemente del momento histórico que le corresponda vivir. No obstante, los diversos consensos logrados en otros gobiernos que, en buenas cuentas resultaron, como el plebiscito para aceptar los Tratados Torrijos-Carter en 1977 o el referéndum de la ampliación del Canal de Panamá del 22 de octubre de 2006, aprobada por la población, denota una forma de involucrar a los gobernados.

En consecuencia, el portal Ágora permitió al gobierno pulsar la opinión pública desde el poder político con el fin de abordar los serios problemas sociales y económicos que permea la sociedad panameña desde hace lustros. Es decir, la discursividad pública no hace referencia a temas nuevos, son las reclamaciones de siempre, pero se deja entrever que la opinión pública y su dimensión política no solo involucra a los personeros del gobierno, sino que el público se posiciona políticamente también, en calidad de internautas.

Ahora bien, no se dio un debate, el gobierno fue receptor de las propuestas, las cuales fueron sistematizadas y categorizadas en un documento denominado *Pacto del Bicentenario*. Pero es un mecanismo de expresión legítimo en el que se destacan asuntos sociales de interés común. Los mayores interlocutores fueron los jóvenes entre 19 y 30 años, un 25 % de las propuestas provinieron de este sector, es un número representativo en la discursividad pública actual.

En otro orden de cosas, diríamos que la opinión pública cuantitativa permitió conocer los datos numéricos de las propuestas recibidas, cantidad de participantes y de visitantes. Asimismo, la participación por regiones, género y rango de edades. En su parte cualitativa, la plataforma Ágora devela el discurso de cerca de 200,000 panameños, las preocupaciones del 6 % de la población, la cual se expresa espontáneamente, sin la presión de grupos organizados o de colectivos políticos. Confirmamos con esto, que el estudio de la opinión pública es fundamental para el entendimiento de los sistemas democráticos y la cultura política de los países.

Hoy las masas se autoconvocan. La esfera pública de Habermas se caracteriza por una creciente movilidad social de los actores hacia las plataformas y espacios digitales, sin la intervención de los tradicionales medios de comunicación y en un contexto de libertad y pensamiento con derecho a opinar y participar en el diálogo deliberativo y propositivo, aunque esas deliberaciones constituyan las mismas reclamaciones sociopolíticas de siempre. No obstante, "... gracias a los nuevos medios se rompe con la homogeneidad de la opinión pública y se da lugar a nuevas formas de pensamiento. Por lo tanto, indiscutiblemente hay un cambio en cómo se forma la opinión pública y en sus formas de interacción con el discurso y el podio social" (Civila de Dios *et al*, 2020, p.152).

Sin lugar a duda, surgen otras inquietudes, que se expresan con preguntas importantes: ¿La discursividad pública manifestada por los usuarios de la plataforma Ágora, tiene el impulso político para delinear políticas públicas en los temas y subtemas consensuados? ¿Difieren en alguna medida los discursos de los medios de comunicación tradicionales, frente a los espacios institucionales construidos en la esfera digital? Reflexiones para el mañana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castrelo, V. (2018). La esfera pública habermasiana: su obsolescencia en tiempos de nuevas plataformas digitales. *In Mediaciones de la comunicación*, 13(1), 71-87.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6698225>
- Cefai, D. (2002). ¿Qué es una arena pública? Algunas pistas para un acercamiento pragmático. En D. Cefai y I. Joseph. *La herencia del pragmatismo. Conflicto de urbanidad y pruebas de civismo*. (pp. 51-81). La Tours d Aigues. <https://docplayer.es/29515846-Que-es-una-arena-publica-algunas-pautas-para-un-acercamiento-pragmatico-1-daniel-cefai-2.html>
- Civila, S., Romero-Rodríguez, L. y Aquaded, I. (2020). El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. *Iconos*, 24 (67), 139-157.
https://www.researchgate.net/publication/341099768_El_lenguaje_como_creador_de_realidades_y_opinion_publica_analisis_critico_a_la_luz_del_actual_ecosistema_mediatico
- Cruz Rodríguez, E. (2015). Opinión pública y ciberespacio: una reflexión sobre sus potencialidades y límites. *Trans-Pasando Fronteras*, (7), 107-124.
<https://doi.org/10.18046/ref.i7.1787>
- Fernández Constantinides, M. (2013). La opinión pública, entre el sistema político y el sistema de medios. *Contraste analítico entre Habermas y Luhmann*. *Question/Cuestión*, 1(37), 83–97. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1769>
- Franceschi, P. (Coord.). *Pacto del Bicentenario cerrando brechas*. ÁGORA.
https://www.agora.gob.pa/docs/informes/PB_Informe_Nacional_digital.pdf?csrt=12340910802269497862
- Gómez, L. A. (1982). *Opinión pública y medios de difusión*. CIESPAL.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42017.pdf>
- González-Domínguez, C. (2017). Líder de opinión y opinión pública: hacia una reflexividad epistemológica de los conceptos. *Revista mexicana de opinión pública*, (22), 15-32.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S244849112017000100015&script=sci_arttext
- Habermas, J. (1974). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gilli.
- Lippmann, W. (1964). *Opinión pública*. Compañía General Fabril Editora.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Anthropos Editorial.

- Medina Muñoz, M. (1974). La opinión pública y el poder político. *Revista de estudios políticos*. (198), 193-212. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1705329>
- Medina Pérez, G. (2012). *Opinión pública, comunicación política, democracia y medios*. Universidad de Antioquia.
- Orejudo Pedrosa, J. C. y Dávila Hernández, A. de J. (diciembre 2015). *Rousseau y la opinión pública en el siglo XVIII*. *Revista digital FILHA*. (13). www.filha.com.mx
- Panamá, el país de los diálogos. (5 de agosto de 2001). *Panamá América*. <https://www.panamaamerica.com.pa/nacion/panama-el-pais-de-los-dialogos-20151>
- Pérez, R. (14 de julio 2006). La búsqueda de acuerdos nacionales. *La Prensa*. https://www.prensa.com/politica/busqueda-acuerdos-nacionales_0_1789321060.html
- Pérez Porto, J. y Gardey, A. (2017). Definición de doxa. *Definición.de*. <https://definicion.de/doxa/>
- Portillo, M. (2000). *Opinión pública y democracia. Dos miradas: el modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann*. *Revista razón y palabra*, (18). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18omportillo.html>
- Rabotnikof, N. (2005). *En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea*. Instituto de Investigaciones Filosóficas – UNAM, México.
- Rivadeneira Prada, R. (2005). *La opinión pública, análisis, estructura y métodos para su estudio*. Editorial Trillas.
- Rivanedeyra, J. A. (julio-diciembre 2006). La voluntad general. *Revista venezolana de análisis de coyuntura*, 12(2), 323-331. Venezuela, Universidad Central. <https://www.redalyc.org/pdf/364/36412218.pdf>
- Roviguatti, V. (1981) *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*. CIESPAL. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/51815.pdf>
- Sampedro Blanco V. y Resina, J. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la sociedad en red. *Ayer*, 80(4), 139-162. <https://victorsampedro.com/articulos/Ayer80SampedroyResina.pdf>
- Sartori G. (2002) *La sociedad teledirigida*. Taurus.
- Seoane, J. (2019). Opinión pública. *Eunomía. Revista en cultura de la legalidad*, (17), 235-248. Doi. <https://doi.org/10.20318/eunomia.2019.5028>
- Tuesta, F. (1997). *No sabe/no opina (Medios y encuestas políticas)*. Universidad de Lima; Fundación Konrad Adenauer. <http://es.scribd.com/doc/219656346/1997-No-Sabe-No-Opina-Medios-y-encuestas-politicas>

