

Opinión experta y legitimidad democrática en la Unión Europea.

Expert opinion and democratic legitimacy in the European Union.

Manuel López Muñoz¹

UNED

manulomu@hotmail.com

Recepción:21/07/2020 Revisión: 17/11/2020 Aceptación: 19/11/2020 Publicación: 01/12/2020

Resumen

El llamado déficit de legitimidad de la Unión Europea tiene muy diversas raíces, entre las que se puede señalar el déficit de conocimiento de las políticas públicas por los ciudadanos de la Unión, pero también el déficit de participación de los ciudadanos en la elaboración de dichas políticas como consecuencia de un déficit de confianza por parte de las instituciones en el criterio de los ciudadanos para orientar la gestión pública. Este trabajo trata de poner de manifiesto el papel que puede desempeñar la actuación de los expertos a través de los medios de comunicación pública en la legitimación del proyecto europeo. Con ese fin se ha analizado, en el marco de la teoría de los roles aplicada a la comunicación, el grado de legitimidad de la actuación de los expertos en la opinión pública española sobre asuntos europeos mediante tres criterios referidos a dicho triple déficit: eficiencia, inclusión y deliberación. El análisis efectuado demuestra que los expertos producen conocimiento social útil para capacitar a la ciudadanía para participar en el debate público mediante la articulación, contestación o suscripción de opiniones informadas.

¹Técnico de Administración General de la Generalitat Valenciana desde 2011. Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia (1994). Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia, rama Económicas (1995). Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología, rama Políticas por la UNED (1998). Máster en Unión Europea por la UNED (2013).Estudiante de doctorado del programa de doctorado en Unión Europea de la UNED.

La participación de expertos en los medios de comunicación social contribuye así a la legitimidad democrática de la Unión Europea y a desautorizar su desconfianza hacia la opinión de los ciudadanos.

Palabras claves: blogs, opinión pública, expertos, legitimidad democrática, Unión Europea.

Abstract

The so-called legitimacy deficit of the European Union has many different roots, including the lack of knowledge of public policies by the citizens of the Union, but also the deficit in citizens' participation in the development of these policies as a result of a deficit of confidence by the institutions in the approach of citizens in guiding public management. This work seeks to highlight the role that expert action can play through the public media in legitimizing the European Project. To this aim, within the framework of the theory of roles applied to communication, the degree of legitimacy of the action of experts in Spanish public opinion on European affairs has been analysed using three criteria related to this triple deficit: efficiency, inclusion and deliberation. The analysis demonstrates that experts produce useful social knowledge to enable citizens to participate in public debate by articulating, answering back or subscribing informed opinions. The participation of experts in media thus contributes to the democratic legitimacy of the European Union and to disavowing its distrust of citizens' opinions.

Keywords: blogs, public opinion, experts, democratic legitimacy, European Union.

Sumario

1. Introducción.
2. El déficit democrático en la Unión Europea y la opinión pública.
3. Legitimidad democrática y opinión experta.
 - 3.1. Caracterización de los medios de comunicación social.
 - 3.2. La teoría funcional de los roles.
 - 3.3 Método de análisis.
 - 3.4. Objetivos de la investigación.
 - 3.5. Conocimiento experto, opinión pública e inclusión.

3.6. Conocimiento experto, opinión pública y deliberación.

3.7. Conocimiento experto, opinión pública y eficiencia.

4. Análisis de un debate surgido a raíz de la publicación de un artículo en un blog español sobre asuntos europeos.

4.1. Caso de estudio.

4.2. Inclusión.

4.3. Deliberación.

4.4. Eficiencia.

5. Conclusiones.

6. Bibliografía.

1. INTRODUCCIÓN

Dentro del debate de permanente actualidad sobre el déficit de legitimidad democrática de la Unión Europea ha ocupado un interés destacado la valoración del aporte de los expertos a dicha legitimidad mediante su participación en las instituciones (HOLST, 2014). No ha interesado tanto, sin embargo, analizar su posible contribución a la legitimidad de la Unión a través de los análisis realizados por ellos en los medios de comunicación social de las políticas comunitarias. El examen de esa posible contribución es el propósito del presente trabajo.

2. EL DÉFICIT DEMOCRÁTICO EN LA UNIÓN EUROPEA Y LA OPINIÓN PÚBLICA

Un gobierno legítimo es aquel que tiene la confianza de la ciudadanía. El carácter legítimo o aceptable de las decisiones emanadas de la esfera política tiene un indiscutible vínculo con aspectos subjetivos como son las creencias de los ciudadanos. Pero tales creencias pueden trascender lo puramente subjetivo y descansar en motivos hasta cierto punto, medibles o cuantificables. Por ejemplo, la confiabilidad en la eficacia del gobierno y la justicia de sus procedimientos de actuación (JOHNSON, 2015: 767-768). El respaldo popular de las decisiones políticas, para ser considerado democrático, requiere que los ciudadanos puedan sentirse objetivamente tenidos en cuenta en el diseño de las líneas fundamentales de la acción de gobierno.

El funcionamiento de la Unión Europea, sin embargo, como resulta habitual señalar, se ha alejado de estas prácticas características de la legitimidad democrática. Es escasa o nula la participación de la ciudadanía en la formulación de las políticas públicas debido a la carencia de instrumentos que permitan a los individuos contribuir a la formulación de dichas políticas (SCHMIDT, 2013: 18). Además, existe escasez de espacios públicos en las instituciones de la Unión que permitan a la ciudadanía participar en sus deliberaciones (FOLLESDAL, 2005: 461). A nuestro juicio, esto delata una escasa consideración de dichas instituciones en la capacidad de los ciudadanos para la participación política. Por último, los mecanismos de rendición de cuentas para medir la eficiencia de las decisiones políticas, control cuya existencia es esencial para determinar el carácter efectivamente democrático de la política, involucran en muy escasa medida a la ciudadanía europea. Esto se debe a que la capacidad de los ciudadanos para comprender la complejidad (fáctica, técnica, jurídica, etc.) de los aspectos involucrados en cada medida adoptada es limitada (DAHL, 1994: 30-31). Creemos que este hecho sin duda refuerza la desconfianza de las instituciones en la capacidad de decisión informada y responsable de la ciudadanía.

Esta triple vertiente de la deficiencia democrática en la Unión genera desafección de la ciudadanía respecto del proyecto de integración europea. Para revertir este proceso es preciso potenciar prácticas que generen las condiciones de la participación responsable de todos en la política. Una de esas condiciones es la generación, por parte de los expertos, de un dominio común entre los ciudadanos de conocimiento significativo que refleje lo posible, las diferentes vías de actuación en las circunstancias de cada momento y sus consecuencias (HOLST Y TØRNBLAD, 2015: 170-171). Por ello estimamos que la participación de los expertos en la opinión pública sobre cuestiones europeas puede impulsar este tipo de conocimiento.

El análisis de la intervención de los expertos en el ámbito de la opinión pública generada a través de los medios de comunicación social resulta útil para determinar en qué circunstancias tales intervenciones pueden favorecer la legitimidad democrática de la Unión Europea. Su contribución a la legitimidad puede hacerse efectiva a condición de que la opinión pública posea una serie de rasgos que corresponden a su vez a cada uno de los déficits aludidos: inclusión, deliberación y eficiencia.

La *inclusión* de los ciudadanos en la formación de la opinión pública requiere que las condiciones de acceso al debate sobre cuestiones europeas que gestionan los expertos favorezcan el mayor grado posible de participación colectiva. No basta favorecer la inclusión si ésta no se realiza a través de mecanismos que potencien la mejora de la *capacidad crítica y deliberativa* de los ciudadanos. Una esfera de opinión pública *eficiente* para alcanzar los objetivos mencionados y contribuir de este modo a la construcción de una voluntad política democrática debe cumplir la delicada tarea de reducir la complejidad de los problemas así como de los posibles cursos de actuación y a la vez ser fiel exposición de todos ellos, facilitando así instrumentos para que la ciudadanía construya una opinión y un criterio de control de las decisiones políticas.

3. LEGITIMIDAD DEMOCRÁTICA Y OPINIÓN EXPERTA

3.1. Caracterización de los medios de comunicación social

Los medios de comunicación social, los que vamos a considerar en este trabajo, son un grupo de aplicaciones basadas en Internet que aprovechan la base ideológica y tecnológica de la Web 2.0 y permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por los usuarios (KAPLAN ET AL., 2010: 61). Los principales medios de comunicación social son los siguientes: proyectos colaborativos (como Wikipedia o Google Docs), mundos virtuales (como los juegos virtuales), blogs (webs de contenido específico según las preferencias de sus creadores), comunidades de contenido (Flickr o YouTube) y redes sociales (entre las que podemos señalar Facebook o Twitter como las más populares) (JOSEPH, 2012, 147-148).

Entre las características de estos medios de comunicación hay que destacar primero su *versatilidad*, pues facilitan a muchos y con muy diferentes propósitos la posibilidad de aparecer en la esfera pública. Otra nota destacada es su *informalidad*: no establecen barreras o requisitos de entrada que dificulten el acceso y su utilización; aspecto de importancia fundamental que lleva a su último rasgo más destacable: los medios contribuyen a difundir el discurso de los sujetos en función del número de usuarios potenciales de dichos medios, en función de su *penetración en la sociedad*.

Los objetivos habitualmente perseguidos a través del uso de los medios de comunicación social son los de difundir y dar visibilidad a las ideas (CASTILLO ET AL., 2013: 81-82); generar información periodística así como distribuir y viralizar información obtenida de otros usuarios o medios (CARRERA ET AL., 2012: 31); influir en los medios de comunicación de masas con el fin de que alteren su agenda informativa (DOVAL ET AL., 2012: 67); hacer publicidad de los líderes políticos así como persuadir y cautivar emocionalmente a los receptores de los mensajes (DADER, 2009: 48).

3.2. La teoría funcional de los roles

Para analizar la dinámica de la participación de los expertos en los medios de comunicación social se ha utilizado la denominada teoría funcional de los roles. Los roles son expectativas normativas compartidas que prescriben y explican comportamientos característicos de los individuos en un sistema social (BIDDLE, 1986: 70). El comportamiento indica diferentes creencias o actitudes y valores individuales, reconocidos como tales por otros individuos de ese mismo sistema y para los cuales tales creencias y valores generan expectativas de actuación. En el ámbito de la formación de la opinión pública resulta indiscutible la aparición de esta malla de creencias y de valores explicativos de la acción humana (FELDMAN, 1988: 417-418).

En efecto, el debate que genera la opinión pública se realiza en función de unas pautas de comportamiento, creencias y valores asociados a los sujetos participantes.

A partir de estos sencillos planteamientos se propone el siguiente método de análisis con el fin de poner de manifiesto (y establecer normativamente) el papel de los expertos en la opinión pública.

3.3 Método de análisis

Los roles, creencias y valores individuales, como aspectos básicos de la acción humana, pueden mostrar infinitas modulaciones, pero a efectos analíticos los catalogaremos como “duros” o “blandos”. Nuestra hipótesis consiste en que el despliegue de roles, creencias y valores “blandos” en el escenario de los medios de comunicación social genera dinámicas que refuerzan la legitimidad democrática, mientras que los planteamientos “duros” entorpecen la aparición de tales dinámicas.

Un modo de actuar, un *rol*, se clasifica como “duro” por su principal consecuencia: restringe la deliberación. Este resultado puede darse a raíz de diferentes acciones, por ejemplo, al establecer cuáles son los asuntos de relevancia político-pública y sus elementos esenciales (*rol de creación*) así como ejerciendo un papel de liderazgo en el proceso de debate, que condiciona la libertad de expresión de otros agentes (*rol de dirección*). En ocasiones, en cambio, las restricciones a la deliberación provienen del desvío de la discusión hacia otros asuntos bajo pretexto, o denuncia, de la mayor importancia de éstos (*rol de denuncia*).

Los actores en los medios de comunicación que pueden ser catalogados como “blandos” participan en los debates sosteniendo argumentos que no se separan radicalmente de la opinión mayoritaria sobre el asunto, lo que facilita llegar a acuerdos (*rol de apoyo*). O bien, si poseen un grado de conocimiento superior al del resto de los sujetos participantes, ofrecen opciones para la resolución de los problemas así como datos para la evaluación de las distintas consecuencias posibles (*rol de asesoramiento*).

Las *creencias* o actitudes denominadas “duras” se caracterizan también por no favorecer la deliberación. En ocasiones los participantes en la opinión pública actúan en función de la *creencia* de que los medios de comunicación social son recursos para tratar de *dominar* al resto de participantes. El sujeto cree abiertamente en la utilidad propagandística de los medios de comunicación social y, a través de diferentes tácticas argumentativas (censura, veto, reprobación, etc.), trata de obstruir la presencia en el debate público de posturas no afines para imponer la suya. Otra creencia “dura” consiste en considerar los medios de comunicación social simplemente como vías de transmisión de ideas en los que es lícito ocultar los verdaderos motivos del apoyo a alguna opinión para favorecer la adhesión a ella más bien mediante la persuasión o *manipulación* que por el uso de la razón. Estas creencias son denominadas respectivamente “dominar” y “manipular”.

La *creencia* implícita en los modos “blandos” de actuación es que los medios de comunicación social son cauces adecuados para aportar información y conocimiento a la sociedad así como para dirimir los conflictos entre posturas contradictorias mediante procesos de *negociación* entre los sujetos implicados. Es decir, su creencia básica no es otra que la confianza en la capacidad de los medios para facilitar el desarrollo de una cultura del conocimiento y la negociación.

En cuanto a los criterios que guían la acción, catalogados como “valores”, los modos “duros” de actuación en los medios de comunicación social se caracterizan por enfatizar las diferencias con el resto de planteamientos del debate, más aún incluso, su radical incompatibilidad. La participación en el debate de algún agente que actúa conforme al *valor diferenciación* desemboca necesariamente en una confrontación que sólo puede resolverse con la aceptación completa de su planteamiento o el abandono del debate; este valor ahoga las posibilidades de lograr un consenso.

Los valores “blandos” favorecen en cambio las posibilidades de acuerdo revelando el contenido y propósito íntegro de su discurso comunicativo (*valor transparencia*). Esta actitud de fondo, que puede calificarse de honesta, no excluye la posibilidad de actuar a través de declaraciones, protestas o reivindicaciones (*valor movilización*) con el fin de concienciar sobre el valor positivo de su propio planteamiento, pero más aún de impulsar los debates.

Las diferencias de roles, creencias y valores ponen de manifiesto los diferentes modos de actuar que pueden adoptar los distintos agentes en su interacción en los medios de comunicación social. Unos favorecen la deliberación abierta y otros más bien la restringen o incluso tratan de boicotarla.

3.4. Objetivos de la investigación

El análisis de los elementos estructurales definidos debe permitirnos establecer:

- En qué medida el conocimiento experto facilita la libertad de acceso y transparencia de las fuentes de información relevantes para el debate público (inclusión y eficiencia).
- En qué medida facilita el conocimiento experto que cualquier ciudadano ejerza su derecho a expresar su opinión y manifestarse en contra de otras opiniones mayoritarias o generalizadas (deliberación).

3.5. Conocimiento experto, opinión pública e inclusión

La opinión pública es un proceso ciudadano, libre y abierto de discusión y debate crítico en competencia en torno a un asunto de relevancia político-pública (HABERMAS, 2002: 205).

Si las intervenciones de los expertos en un debate facilitan a los no expertos información relevante para sostener una opinión -si ese debate es, por tanto, inclusivo- dependerá, básicamente, de las características estructurales del medio de comunicación social. La manera en que esté organizado procedimental y tecnológicamente determinará en gran medida el nivel de participación.

La *versatilidad* de los medios de comunicación social facilita la interacción, registro, ordenación, integración y traslación de ideas a otros foros de debate precisamente por su *informalidad*: siempre que el acceso y participación en el medio carezca de barreras técnicas u organizativas, ese medio fomenta la inclusión de los ciudadanos en el debate. Pero la influencia de los mensajes suscitados en los debates está supeditada a la *penetración en la sociedad*, a la cantidad de ámbitos socio-políticos en los que trascienda. La visibilidad pública del mensaje, por tanto, es crucial a la hora de recabar apoyos, suscitar controversias, enriquecer los argumentos presentados o determinar su utilidad social mediante su contraste en estos múltiples escenarios comunicativos.

3.6. Conocimiento experto, opinión pública y deliberación

El debate en la esfera de la opinión pública tiene entre sus principales agentes a los llamados “creadores de opinión pública”: los medios de comunicación de masas, los medios sociales de comunicación, los intelectuales y líderes políticos, los grupos y ciudadanos informados. Todos ellos gestionan los temas y los tiempos de la opinión pública en función de criterios de actualidad, relevancia e interés público y mediático. En el debate se hacen patentes los diversos *roles* que adoptan los participantes: dirección, apoyo (asociados a la función de organización de la actuación y representación en la esfera pública) y de denuncia (que agrupa las tendencias divergentes y anti-sistémicas).

Las *creencias* de los participantes sobre el papel de los medios sociales de comunicación también se revelan en los debates permitiendo reconocer o distinguir a quienes consideran que estos medios son adecuados para negociar, manipular o dominar. La propia definición de estos tres elementos los hace formar parte de la médula esencial de todo debate desarrollado en la esfera pública. En efecto: una vez definidos los términos del debate, los sujetos que participan en la opinión pública asumen como comportamientos lógicos durante el desarrollo del debate: ya concertar su postura con la de los otros, ya orientar la postura de los otros, o ya neutralizar las posturas de los otros. En estos dos últimos casos, sosteniendo una postura diferente a la de los otros.

Finalmente, los *valores* que es preciso reconocer para determinar si la dinámica de los agentes en un determinado medio favorece o no la deliberación son los de movilización y diferenciación.

3.7. Conocimiento experto, opinión pública y eficiencia

Determinar la eficiencia de la aportación del conocimiento experto en el ámbito de la opinión pública requiere establecer, más que la cantidad de información aportada, el tratamiento dado a la misma con el fin de que sea útil al debate. El tratamiento eficiente de la información promueve la educación y la responsabilidad, el empoderamiento y la proactividad de la ciudadanía; requisitos para lograr estos objetivos no son sólo que las argumentaciones sean cualificadas, sino, sobre todo, honestas.

Al igual que sucedía respecto de la deliberación, el análisis de la eficiencia debe tomar en consideración ciertos elementos de la estructura de roles, creencias y valores de los agentes que participan en los medios de comunicación social. En cuanto a los roles: creación y asesoramiento; respecto de las creencias, educar; y con relación a los valores, transparencia.

En el ámbito de la opinión pública desempeña el papel de *creación* el sujeto que establece que un asunto tiene relevancia política así como la descripción de sus elementos objetivos y normativos esenciales. Se considera un rol “duro” porque establece los límites o el contenido del debate. Dar forma a un asunto para debatirlo públicamente conlleva una indagación previa sobre las preferencias o intereses de la generalidad o de un determinado colectivo social, así como del contexto que le sirve de marco de referencia. En segundo lugar, exige coordinar todos estos elementos con el fin de establecer una unidad de información coherente y sólida, evitando redundancias que impidan una nítida visibilidad del objeto de reflexión y debate. La creación de opinión pública requiere también que se ponga de manifiesto la actualidad, importancia, repercusión o posibilidad transformadora social del objeto de debate.

El *asesoramiento* es el rol típico de los expertos en el ámbito de la comunicación social. Los agentes que ejercen este rol realizan en primer lugar una función de intermediación entre la información y los participantes, estructuran y clasifican aquella con el fin de convertirla en conocimiento social útil para la participación informada de la ciudadanía en la opinión pública. Pero también, puesto que poseen un grado de conocimiento superior al del resto de sujetos participantes en la discusión del problema, ofrecen diferentes vías para resolverlos, datos para determinar las posibles consecuencias de tomar unas u otras vías así como para la evaluación de tales consecuencias. Se trata de un rol blando que favorece la eficiencia.

El ejercicio de este rol de asesoramiento es coherente con la *creencia* o idea de que los medios de comunicación social son útiles para -o más bien tienen su razón de ser en- aportar información y conocimiento a la sociedad. Esta creencia, denominada “educación”, promueve la implicación y la responsabilidad ciudadana y fortalece su sentido crítico individual y social. Se trata de una creencia “blanda” que potencia el elemento eficiencia de la legitimidad democrática.

Por último, la actuación en los medios de comunicación social, para promover la eficiencia, pasa necesariamente por revelar el contenido y propósito íntegro de los argumentos. La actuación conforme al *valor transparencia* favorece, en primer lugar, el entendimiento de los mensajes transmitidos por los participantes, pero, sobre todo, facilita la integración de la pluralidad de opiniones vertidas en el debate público, dado que permite conocer y evaluar de manera sintética y clara todos los puntos de vista planteados. Indudablemente, se trata de un valor blando que favorece la eficiencia.

4. ANÁLISIS DE UN DEBATE SURGIDO A RAÍZ DE LA PUBLICACIÓN DE UN ARTÍCULO EN UN BLOG ESPAÑOL SOBRE ASUNTOS EUROPEOS.

4.1. Caso de estudio

El caso de estudio lo constituye el debate surgido a raíz de un artículo publicado en un blog de economía vinculado al diario *El País* y llamado Economi\$mo. En este blog se debatió la siguiente cuestión: “¿Es posible impedir que la UE caiga en recesión?”

Como veremos al examinar la participación, coordinación y promoción del debate, se trata de un blog gestionado y participado mayoritariamente por expertos, y por tanto idóneo para analizar el papel del conocimiento experto en la articulación de la opinión pública española sobre asuntos europeos en los medios de comunicación social españoles.

El método del blog está minuciosamente definido en su página Web:

“El autor elaborará semanalmente un artículo de tema económico, cuyo titular será una afirmación y que estará razonado y documentado. La extensión no deberá superar los tres folios. La idea es que el artículo sea debatido por un grupo de expertos económicos, que deberán estar registrados en el foro para poder participar. Se accede al registro o por invitación del autor, o por solicitud del interesado. El artículo será enviado a los expertos registrados los viernes a última hora de la tarde. Posteriormente, será colgado en *elpais.com* el sábado y publicado en el suplemento de Negocios de *El País* el domingo. El debate estará abierto hasta el jueves de la semana siguiente, en que el autor elaborará unas breves conclusiones, que se colgarán en la web y se publicarán en Negocios, junto al siguiente tema de debate” (AYUSO, 2012 a).

Otras características relevantes del mismo son que se puede acceder a los comentarios completos realizados en el blog por los expertos durante el debate y que el diseño del blog permite emitir opiniones sobre el tema tanto a medida que se desarrolla el debate como una vez finalizado, cuando se publica el resumen del mismo; el blog está coordinado por Alicia González (AYUSO, 2012 a).

El artículo se colgó en el blog el 13 de enero de 2012 y fue escrito por Javier Ayuso. El debate entre expertos tuvo lugar entre los días 15 y 19 de enero de 2012. Hubo 5 participantes sobre un total de 43 participantes potenciales, esto es, de usuarios registrados en Eskup para participar en el blog². El debate entre expertos se canalizó a través de la plataforma digital de *El País*, Eskup, cuyo administrador fue Javier Ayuso.

Los lectores pudieron realizar comentarios durante el debate en el propio blog (hubo tres comentarios de un mismo autor), o participar a través de otros medios sociales (en este caso, un participante realizó un enlace al blog desde Twitter, y otro participante desde Facebook). El 21 de enero, finalizado el debate, el autor del artículo elaboró unas breves conclusiones sobre el asunto que se colgaron en el blog. Los lectores también pudieron realizar comentarios sobre el resumen en el propio blog (hubo cuatro comentarios), o participar a través de otros medios sociales: en este caso, tres participantes realizaron enlaces al blog desde Twitter, y otros seis desde Facebook (AYUSO, 2012 b).

4.2. Inclusión

Para determinar la capacidad de inclusión de los debates es preciso reconocer la versatilidad, informalidad y penetración en la sociedad de los medios de comunicación social en los que se llevan a cabo. A continuación presentamos un cuadro-resumen de las características del blog en el que se realizó el debate aquí analizado:

Versatilidad	Informalidad	Penetración
El blog establece las líneas generales del asunto a debatir por los expertos a través de un coordinador.	El blog determina que los expertos que quieren participar en el debate estén previamente registrados en el foro (se accede al registro por invitación del autor o por solicitud del interesado).	El blog no ha suscitado gran participación en las redes sociales (4 sujetos en Twitter y 7 en Facebook).
El blog permite que los lectores trasladen el debate a las redes sociales a medida que se desarrolla y una vez finalizado tras publicarse el resumen del	El blog exige tener una cuenta en TypePad o en	El blog no ha suscitado un nivel de participación significativo a nivel de

²En este caso, los expertos que participaron fueron los siguientes: 1) Guillermo de la Dehesa (Presidente del Centre for Economic Policy Research, CEPR (Londres); 2) José García Solanes (catedrático de Análisis Económico); 3) José Luis Martínez Martínez (Director de Estrategia de Citigroup en España. Profesor del IEB y la EOI); 4) David Taguas; 5) Mauro Guillén. El blog ofrece, de los tres primeros, el sucinto perfil profesional/académico que indicamos.

<p>mismo (Eskup, Twitter, Facebook, Tuenti, Menéame, Bitácoras, Google, Yahoo, My Live).</p> <p>El blog permite acceder a las opiniones de los expertos durante el debate.</p> <p>El blog permite acceder al resumen de las opiniones de los expertos.</p> <p>El blog permite, si se está registrado, emitir comentarios sobre el asunto a debatir.</p> <p>El blog permite consultar el debate una vez se ha cerrado a la participación.</p>	<p>TypeKey para realizar comentarios sobre el asunto sometido a debate.</p>	<p>comentarios (5 sujetos en total).</p> <p>El blog no ha suscitado una gran participación por parte de expertos registrados (5 de un total potencial de 43).</p>
--	---	---

Tabla nº 1. Resumen del criterio inclusión. Fuente: elaboración propia.

La *versatilidad* del blog resulta indiscutible. En efecto, ofrece al público y los propios expertos una amplia variedad de propósitos comunicativos: exposición de argumentaciones y contra-argumentaciones a lo largo del debate y tras su conclusión; ordenación de los términos del mismo a través de un coordinador; traslado a múltiples plataformas sociales; acceso no restringido para consultar las opiniones emitidas una vez que se ha cerrado el debate, etc.

La *informalidad* del medio, en cambio, ha sido limitada y favorece en menor medida la inclusión, pues la posibilidad de incluir comentarios por parte del público exige darse de alta en unas plataformas digitales concretas, y, asimismo, la participación de los expertos está condicionada por el filtro que ejerce el coordinador del debate pues él determina quién puede participar.

Finalmente, es innegable que el debate no ha suscitado una amplia repercusión, - quizás debido a la manera de organizar el acceso y la intervención en el medio-; el escaso grado de *penetración* del debate en la sociedad indica que el medio no ha favorecido realmente la inclusión de aquélla en el debate democrático.

Por tanto, dado que una característica favorece la inclusión, otra la impide y una tercera la favorece limitadamente, no podemos afirmar con rotundidad que el medio social de comunicación administrado por expertos facilite el mayor nivel de participación posible en el debate público.

4.3. Deliberación

Para analizar si la dinámica del medio favorece la deliberación se debe considerar cuáles son los roles, creencias y valores de los distintos agentes: el periodista coordinador, los expertos y el público.

El *periodista-coordinador* ejerce un claro *rol de dirección* en el debate, dado que redacta el artículo base que sirve a la reflexión de los expertos. En este sentido, orienta o determina los términos básicos del debate y asume una función de liderazgo en el proceso interactivo de la opinión pública. Esta postura queda patente, especialmente, en un extracto de dicho artículo: “Si la primera economía europea no ha podido evitar el primer paso hacia la recesión [...], no es difícil imaginar que los demás sigan su camino.” (AYUSO, 2012 a).

Como después hace ver uno de los expertos en sus comentarios (Guillermo de la Dehesa), no todas las economías europeas están en recesión (Alemania, Holanda y Bélgica tienen superávits por cuenta corriente). Así, dado que el periodista-coordinador obvia este hecho (es harto improbable que lo desconozca), podemos interpretar que lo que pretende es reforzar su idea de una recesión generalizada en la Unión con el objetivo de replantear la pregunta objeto de debate: si puede impedirse una segunda recesión en Europa y qué medidas pueden adoptarse para compatibilizar el crecimiento con la necesaria austeridad fiscal. El periodista-coordinador al plantear así su pregunta desempeña el *rol de dirección*, pues define claramente los términos que tienen que tener en cuenta quienes participan en el debate: no cuestiona que la austeridad fiscal sea necesaria en toda Europa y, por tanto, cierra posibles vías de argumentación para resolver el problema: cómo impedir una segunda recesión en Europa.

También se manifiesta dicho *rol de dirección* en el siguiente fragmento del artículo que sirve de base al debate, dado que influye en una de las argumentaciones que veremos después en el ámbito del público: “Las políticas de ajuste fiscal dictadas desde Berlín, París y Bruselas dificultan el crecimiento económico en los países de la UE” (AYUSO, 2012 a). En efecto, esta afirmación obvia los indudables beneficios (en el largo plazo) para el crecimiento económico del ajuste fiscal y las políticas de contención y racionalización del gasto público.

Por otra parte, el periodista-coordinador también desarrolla un *rol de apoyo*, en cuanto que el resumen que ofrece de las posturas de los expertos sostenidas a lo largo del debate no añade ningún tipo de análisis sobre las mismas. En este sentido, se limita a exponer las argumentaciones principales de cada uno, en la mayoría de los casos, literalmente.

Además, el periodista-coordinador parte claramente de la *creencia* en la importancia de *negociar*, plantea el debate en términos de negociación. Solicita argumentos para conciliar objetivos a simple vista contradictorios o conflictivos (austeridad y crecimiento), como puede apreciarse en el siguiente fragmento del artículo que sirve de base al debate: “¿Qué medidas podrían tomar los líderes de la Unión para incentivar el crecimiento sin renunciar a la austeridad?” (AYUSO, 2012 a).

En cuanto a los *valores*, está claro que el sujeto opta por la *movilización*. Básicamente, porque plantea un debate sobre un problema social de primera magnitud (recesión económica generalizada en Europa), que exige a los expertos que, además de sus análisis técnicos, trasladen a los ciudadanos propuestas sobre la forma de transformar/mejorar esta realidad social.

Los *expertos* desempeñan roles de dirección y apoyo. El *rol de dirección* se pone de manifiesto en las primeras argumentaciones. Así, dado que al principio el terreno deliberativo está virgen, los primeros que participan en el debate, en cierta medida, establecen la dirección inicial del mismo. Así ocurre con las argumentaciones de Mauro Guillén (15 de enero), David Taguas (16 y 17 de enero) y José Luis Martínez (17 de enero, ya avanzada la tarde).

El primero (Guillén) no ofrece una respuesta concreta a la primera pregunta (cómo evitar la recesión), sin embargo, sí ofrece respuestas a la segunda (medidas para estimular el crecimiento sin renunciar a la austeridad), ofrece de hecho tres: 1) reactivar la economía (en rigor, no se trata de una respuesta concreta sino vaga); 2) equilibrar las cuentas fiscales; y 3) realizar ambos objetivos con un desfase temporal, esto es, reactivar la economía a corto plazo y equilibrar las cuentas fiscales a medio plazo.

El segundo experto (Taguas) tampoco ofrece una respuesta directa a la primera cuestión. En relación con la segunda, elabora en detalle una de las respuestas ya ofrecidas de modo sintético por el anterior experto (apoyar la consolidación fiscal mediante la reducción del gasto no productivo, y no a través de las subidas de impuestos o la disminución del gasto en inversión), y anticipa otra solución: aumentar la productividad, a través de la reforma del mercado de trabajo y la inversión en infraestructuras.

Por su parte, José Luis Martínez ofrece una respuesta a la primera pregunta (incrementar el gasto en los países con superávits para que estimulen la demanda y con ello el crecimiento de los países con déficit), y tres respuestas a la segunda: 1) mejorar la competitividad a través de la devaluación o la bajada de precios o costes; 2) mejorar las condiciones de financiación, evitando la especulación en los mercados financieros o creando mercados más allá de los primarios centrados en la deuda pública); y 3) aumentar el gasto en las economías con superávit para que esto estimule la demanda y el crecimiento de los países con déficit.

Por otro lado, el *rol de apoyo* se manifiesta en las dos últimas intervenciones, las de José García (19 de enero por la mañana) y Guillermo de la Dehesa (19 de enero por la tarde). En efecto, ambas constituyen participaciones reiterativas pues sostienen argumentaciones ya presentadas, añadiendo, obviamente, ciertas notas originales a las ideas básicas.

El primero (García) reitera la respuesta de José Luis Martínez respecto de la primera pregunta (incremento del gasto en los países fuertes como estímulo a las economías débiles), y, asimismo, como respuesta a la pregunta primera, ofrece parte de la respuesta de Mauro Guillén (aplazar temporalmente la consolidación fiscal).

Por su parte, Guillermo de la Dehesa ofrece dos respuestas a la primera pregunta (aumento del gasto en los países con superávit y aplazar la consolidación fiscal). Como puede advertirse, dos respuestas ya ofrecidas con anterioridad, si bien como respuestas a la segunda cuestión. No ofrece respuesta a la segunda pregunta, probablemente, porque vincula las respuestas que da a la primera pregunta con la solución a la segunda: si se expande la demanda de las economías con superávit se fomenta el crecimiento en la Unión con relación a los países con déficit; y si, al mismo tiempo, se amplía el plazo de consolidación fiscal, se evita, por lo menos temporalmente, la recesión. Así pues, ambas respuestas a la segunda pregunta constituyen, asimismo, el fundamento de la respuesta a la primera.

En cuanto a las *creencias*, los expertos técnicos apoyan la *negociación*, dado que, como hemos visto, ofrecen argumentos para conciliar objetivos a simple vista contradictorios u conflictivos (austeridad y crecimiento). Así, de acuerdo con sus argumentos, siempre que se mejore la productividad, la competitividad, la inversión en infraestructuras, el gasto de los países con superávit como motor de la demanda en los países con déficit, y, al mismo tiempo, se aplase la consolidación fiscal o se realice a través de una reducción en el gasto público no productivo y se mejoren las condiciones de financiación, se lograrán ambos objetivos simultáneamente.

Por lo demás, está claro que en cuanto a los *valores* los expertos optan por la *movilización*, dado que indudablemente trasladan a la sociedad propuestas o reivindicaciones plausibles sobre la forma de generar una dinámica transformadora (positiva) de la realidad social.

Por último, las intervenciones del *público* se realizan a través de su participación en Twitter, Facebook o enviando comentarios. Esta participación se produce durante el debate y tras su conclusión, cuando el periodista-coordinador ofrece un resumen de las argumentaciones de los expertos. El público participa, “prácticamente”, en pie de igualdad con los expertos en el debate (decimos prácticamente, porque, como vimos al hablar de la inclusión, la participación a través de comentarios exige darse de alta en ciertas plataformas).

Efectivamente, aunque no lo haga a través de la misma plataforma que estos (Eskup), el público está facultado para emitir opiniones a través de todos los medios de comunicación social mencionados, tanto durante el debate como a su cierre mientras no se produzca la desactivación definitiva del mismo.

Los *roles* que desempeña el público en cuanto al valor deliberación son también dos: dirección y apoyo. En cuanto al ejercicio del *rol de dirección* son ilustrativos los siguientes tres fragmentos de los comentarios en el blog:

“¡EUROBONOS YA! Es inconcebible que tengamos una moneda común y cada país se financie a un tipo diferente. Es necesario establecer sanciones para los países con déficit, pero a cambio hay que poner en marcha los eurobonos inmediatamente. Sería interesante establecer un tipo de interés fijo para cada nivel de deuda” (AYUSO, 2012 a).

“Palabrerías. Aquí no hay más solución que la de Islandia. Esto es terrorismo financiero y solo se merece este tratamiento. Juicios a los ladrones y devolución de lo robado” (AYUSO, 2012 b).

“Hay que abrir la manguera del dinero, bajar los tipos de interés, poner en marcha los eurobonos y un plan marshall para Europa” (AYUSO, 2012 b).

En efecto, tanto el primer fragmento (que pertenece a la fase de debate), como los otros dos (realizados tras la publicación del resumen del debate entre expertos), ofrecen una perspectiva diferente del debate a la planteada por los técnicos. Estas argumentaciones distintas constituyen ejemplos del ejercicio del *rol de dirección* porque, en último término, tratan de orientar o determinar el sentido del debate.

Además, conviene indicar que sólo el último fragmento ofrece una respuesta a las dos preguntas planteadas por el coordinador (para evitar la recesión y aumentar el crecimiento, hay que abaratar el crédito y poner en marcha un plan de crecimiento europeo; y para no renunciar a la austeridad hay que poner en marcha los eurobonos). El primer fragmento, por su parte, responde a parte de la segunda cuestión (emisión de eurobonos a tipos distintos y fijos según el nivel de deuda nacional con el fin de mantener la austeridad).

Por otra parte, el *rol de apoyo* en las intervenciones del público se manifiesta con meridiana claridad en las participaciones a través de Twitter y Facebook, dado que consisten en enlaces al debate en el blog. Por tanto, en términos generales, suscriben todas las posturas del mismo, esto es, se muestran de acuerdo con que debe evitarse la recesión y favorecerse el crecimiento sin renunciar a la austeridad. Este rol aparece, sin embargo, debilitado en el siguiente fragmento, perteneciente a la fase segunda del debate (publicación del resumen):

“El sistema sería que el objetivo del déficit fuese flexible y actualizado cada año o bianualmente para que cogiendo una tendencia bajista, se permitiese que los gobiernos ante una difícil situación económica global pudiesen adoptar de común acuerdo medidas anticíclicas para reactivar o apoyar la economía” (AYUSO, 2012 b).

En efecto, podemos comprobar que la respuesta que ofrece a las dos preguntas difiere cualitativamente de la ofrecida por los expertos en el debate (“Flexibilidad” del plazo de consolidación fiscal frente a “aplazamiento” del plazo de consolidación fiscal). En este sentido, este fragmento representa un ejercicio de rol de tipo mixto dirección-apoyo.

En cuanto a las *creencias* del público, el tercer fragmento ofrece una combinación de respuestas a las preguntas del debate que, implícitamente, permiten sostener que el sujeto cree en la *negociación* como forma de solucionar problemas públicos complejos, dado que sus recetas para combatir la recesión y estimular el crecimiento exigen la negociación entre los Estados miembros de la UE.

Resulta obvio además que dicho fragmento tercero y el primero son una clara manifestación del *valor movilización*, puesto que sus argumentaciones pretenden promover un cambio o transformación social importante.

Finalmente, el hecho de que el segundo fragmento citados se aleje parcialmente del debate (no se responde a las preguntas sobre la recesión pero se reflexiona sobre la crisis en Europa) ilustra la *creencia dominar* y el *valor diferenciación*. El sujeto no pretende fomentar la participación deliberativa (movilización), sino, por el contrario, contraponer su argumentación a otras posturas en un tono claramente despreciativo, como pone de manifiesto el comienzo de su intervención: “Palabrerías”.

Presentamos a continuación un cuadro-resumen con la información obtenida tras analizar el comportamiento de los agentes en el blog:

Agente 1: Periodista-coordinador	Agente 2: Expertos	Agente 3: Público
Roles: Dirección, Apoyo	Roles: Dirección, Apoyo	Roles: Dirección, Apoyo
Creencias: Negociar	Creencias: Negociar	Creencias: Manipular, Dominar
Valores: Movilización	Valores: Movilización	Valores: Movilización, Diferenciación

Tabla nº 2. Resumen del criterio deliberación. Fuente: elaboración propia.

En consecuencia, los roles que predominan en todos los agentes son de tipo duro y blando (dirección y apoyo). La conjunción de ambos roles contrapuestos produce un juego de fuerzas con resultado neutral. Además, en dos de los tres sujetos analizados se manifiestan creencias y valores blandos (negociar y movilización). Podemos afirmar entonces que la participación de los expertos a través del medio social de comunicación facilita un proceso verdaderamente deliberativo.

4.4. Eficiencia

El análisis de la eficiencia de los medios de comunicación social para la integración de la ciudadanía en los debates públicos debe tomar en consideración la presencia en tales medios de ciertos elementos de la estructura de roles, creencias y valores de los agentes que participan en ellos: coordinadores, expertos y público en general.

De acuerdo con la definición que hemos dado del *rol de creación*, es patente que el *periodista-coordinador* ejerce este rol a lo largo del debate. Establece el asunto de relevancia político-pública a debatir (¿cabe impedir la recesión en la UE?) y determina sus elementos objetivos: a) la recesión en Alemania; b) el efecto inhibitor del ajuste fiscal sobre el crecimiento; y c) la nueva posición de Merkel y Sarkozy a favor de la lucha contra el estancamiento económico. También, concreta sus elementos normativos esenciales (¿puede incentivarse el crecimiento sin renunciar a la austeridad?).

La actividad del coordinador, puesto que facilita un resumen con el fin de informar sobre el asunto debatido, muestra claramente su *creencia* favorable a utilizar los medios como recurso para la *educación* de los ciudadanos. La formación del público fomenta su implicación, responsabilidad y sentido crítico.

Por otra parte, la traslación íntegra de los argumentos de los expertos en su resumen del debate permite reconocer que el coordinador concede gran *valor* a la *transparencia* de la comunicación.

En cuanto al rol que desempeñan los *expertos*, no es otro que el *de asesoramiento*. De igual modo que el rol de creación es consustancial al periodista-coordinador, los expertos, al articular el desarrollo del debate respondiendo a las preguntas que éste plantea, ejercen una función interpretativa esencial del asunto respecto de todos los participantes en el debate.

Así, el conjunto de expertos proporciona las alternativas factibles para la resolución de los problemas que plantean las preguntas: (a) mejora de la productividad, de la competitividad y las condiciones de financiación; b) inversión en infraestructuras; c) estímulo de la demanda global a través del gasto de las economías saneadas; d) aplazamiento de la consolidación fiscal o su aplicación vía disminución del gasto público no productivo.

Asimismo, los expertos evalúan las posibles consecuencias de la no aplicación de sus propuestas: persistencia del déficit, del endeudamiento, de la disminución del PIB, de la desinversión, de la recesión y, por tanto, del ciclo económico regresivo. En este último aspecto, sobre todo, destaca la completa valoración que realiza David Taguas.

Por otra parte, al igual que el periodista-coordinador, los expertos actúan desde la *creencia* favorable a la *educación*. En efecto, por una parte, en lógica consonancia con el rol de asesoramiento, los expertos utilizan el blog para aportar información y conocimiento a la sociedad sobre el asunto que se debate.

Asimismo, los expertos ofrecen respuestas explícitas a las preguntas planteadas sobre el asunto de debate. Actúan por tanto concediendo un elevado *valor* a la *transparencia* del discurso.

El *público* no asume los roles definidos para la eficiencia (ni de creación ni de asesoramiento). En efecto, ni establece los términos del debate ni posee un grado de conocimiento equiparable al de los expertos. Esto último puede precisarse si recurrimos nuevamente al tercer fragmento citado: “Hay que abrir la manguera del dinero, bajar los tipos de interés, poner en marcha los eurobonos y un plan marshall para Europa” (AYUSO, 2012 b).

A primera vista, parece que el interviniente ofrece alternativas coherentes y equiparables a las de los expertos como respuesta a la pregunta que plantea el coordinador (esto es: abaratar el dinero, respaldar la deuda nacional a través del BCE e implementar un plan de apoyo al crecimiento a nivel europeo, facilitarían, indudablemente, el crecimiento). Sin embargo, como dice un experto (José García), en Alemania ya existen tipos de interés negativo y, por otra parte, nos recuerda que la desaceleración económica hizo caer los tipos de interés en Europa y que las grandes economías europeas (al menos a comienzos del año 2012, escenario temporal del debate) ni apoyaban los eurobonos ni la creación de masa monetaria puesto que, básicamente, ese colchón financiero desincentivaría la austeridad fiscal.

En cuanto a la eficiencia del medio, por tanto, el público parece no poder adoptar más que un rol pasivo.

Por otra parte, en consonancia con los otros sujetos (periodista-coordinador y expertos), el público actúa conforme al *valor transparencia*, pues sus argumentos están expresados de manera breve y con claridad y revelan íntegramente tanto el contenido como el propósito de su discurso comunicativo.

Es razonable pensar también que la acción del público es coherente con la *creencia* denominada “educar”.

Los participantes remiten al blog a través de Twitter o Facebook, lo que implica que consideran útil la información y los argumentos ofrecidos por los participantes en el debate. El público cree que el blog es un espacio eficiente para aportar y obtener información y conocimientos relevantes sobre asuntos públicos.

Presentamos a continuación un cuadro-resumen con la información al respecto extraída del análisis de las intervenciones en el blog:

Agente 1: Periodista-coordinador	Agente 2: Expertos	Agente 3: Público
Roles: Creación	Roles: Asesoramiento	Roles: Indeterminado
Creencias: Educar	Creencias: Educar	Creencias: Educar
Valores: Transparencia	Valores: Transparencia	Valores: Transparencia

Tabla nº 3. Resumen del criterio eficiencia. Fuente: elaboración propia.

Por tanto, dado que aparecen los roles de creación (duro) y asesoramiento (blando), que se equilibran mutuamente, y, por otra parte, se manifiestan creencias y valores blandos en todos los sujetos (educar y transparencia), podemos afirmar que el blog es eficiente para potenciar la legitimidad democrática.

5. Conclusiones

Los medios de comunicación social en los que participan expertos con el objeto de contribuir al proceso de formación y transmisión de la opinión pública sobre asuntos europeos contribuyen a la legitimidad de la Unión Europea, dado que producen información útil al conocimiento social empoderando a la ciudadanía para que ejerza la crítica social constructiva a través de su participación en el debate público mediante la articulación, contestación o suscripción de opiniones informadas.

De acuerdo con lo que hemos analizado previamente, el blog gestionado y participado mayoritariamente por expertos realiza significativamente valores clave para la legitimidad democrática como son la deliberación y la eficiencia. Esto es, en el ámbito del blog, el conocimiento experto facilita la libertad de expresión de los agentes que participan en la opinión pública, así como la convivencia fructífera entre sus argumentaciones (deliberación), por cuanto contribuye efectivamente a la educación de la opinión pública a través de la transparencia informativa (eficiencia).

El valor inclusión, sin embargo, no tiene un reflejo nítido en el blog. Así, el déficit de informalidad y la clara falta de penetración en la opinión pública de la plataforma impiden que el debate tenga amplia repercusión social.

En el ámbito de la opinión pública experta vertida en los medios de comunicación social españoles que tratan asuntos europeos, la legitimidad podría mejorarse facilitando la concentración de las plataformas sociales que tratan dichos asuntos, ya que ello contribuiría a reducir la dispersión actual de su acción comunicativa aumentando su impacto social global.

6. BIBLIOGRAFÍA

Ayuso, J. (coord) (2012a): *¿Es posible impedir que la UE caiga en recesión?*, Blogs Economía, Economi\$mo. Madrid: Diario El País, 13/1/2012. Disponible en web: <http://blogs.elpais.com/economismo/2012/01/es-posible-impedir-que-la-ue-caiga-en-recesion.html> [Consulta: 23 de marzo de 2015]

Ayuso, J. (coord) (2012b): *Evitar la recesión... en 2013*, Blogs Economía, Economi\$mo. Madrid: Diario El País, 21/1/2012. Disponible en web: <http://blogs.elpais.com/economismo/2012/01/evitar-la-recesi%C3%B3n-en-2013.html> [Consulta: 20 de marzo de 2015]

Biddle, B. J. (1986): "Recent Development in Role Theory", en *Annual Review of Sociology*, 12, pp. 67-92.

Carrera, P., C. Sainz de Baranda, E. Herrero y N. Limón (2012): "Journalism and Social Media: How Spanish Journalists Are Using Twitter", en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (1), pp. 31-53.

Castillo, A., D. García y E. Smolak (2013): "Movimientos sociales y estrategias de comunicación. El caso del 15-M y de Occupy Wall Street", en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), pp. 71-89.

Dader, J (2009): "Ciberpolítica en los websites de partidos políticos: la experiencia de las elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales", en *Revista de Sociología Política*, 17 (34), pp. 45-62.

Dahl, R. (1994): "A Democratic Dilemma: System Effectiveness versus Citizen Participation", en *Political Science Quarterly*, 109 (1), pp. 23-34. DOI: 10.2307/2151659

Doval, M., y B. Martínez (2012): "La audiencia activa en Twitter: análisis de la retirada de un artículo de opinión en *El Mundo*", en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (1), pp. 55-71.

Feldman, S. (1988): "Structure and Consistency in Public Opinion: the Role of Core Beliefs and Values", en *American Journal of Political Science*, 32 (2), pp. 416-440.

Follesdal, A. (2006): "Survey Article: The Legitimacy Deficits of the European Union" en *Journal of Political Philosophy*, 14 (4), pp. 441-468. DOI: 10.1111/j.1468-5965.2006.00650.

Habermas, J. (2002): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Holst, I. C., ed. (2014): *Expertise and Democracy*. Oslo: Universidad de Oslo, ARENA Centre for European Studies, Report Nr. 1/14. Disponible en web: <https://www.sv.uio.no/arena/english/research/publications/arena-reports/2014/report-01-14.pdf> [Consulta: 12 de abril de 2019]

Holst, C. y S. H. Tørnblad (2015): "Variables and Challenges in Assessing EU Experts' Performance", en *Politics and Governance*, 3 (1), pp. 166-178. DOI: 10.17645/pag.v3i1.124

Johnson, C. (2015): "Local Civic Participation and Democratic Legitimacy: Evidence from England and Wales", en *Political Studies*, 63 (4), pp. 765-792. DOI: 10.1111/1467-9248.12128

Joseph, S. (2012): "Social Media, Political Change, and Human Rights", en *Boston College International & Corporative Law Review*, 35 (1) pp. 145-188.

Kaplan, A.M. y M. Haenlein (2010): "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", en *Business Horizons*, 53 (1), pp. 59-68.

Schmidt, V. (2013): Democracy and Legitimacy in the European Union Revisited: Input, Output and "Throughput", en *Political Studies*, 61 (1), pp. 2-22. DOI: 10.1111/j.1467-9248.2012.00962.x