



La política de los medios.
Inflación de expectativas y
autodescripciones del sistema

JUAN WOLFGANG CRUZ RIVERO



La política de los medios. Inflación de expectativas
y autodescripciones del sistema

Juan Wolfgang Cruz Rivero

Serie Breviarios de Cultura Política Democrática núm. 17

Primera Edición, 2012

D.R. © 2012 Instituto Electoral del Estado de México,
Paseo Tollocan núm. 944, col. Santa Ana Tlapaltitlán,
Toluca, México. C. P. 50160

ISBN 970-9785-62-1 (Serie)
ISBN 978-607-9028-31-2

Los juicios y afirmaciones expresados en este trabajo
son responsabilidad del autor, y el Instituto Electoral del
Estado de México no los comparte necesariamente.

Impreso en México

Publicación de distribución gratuita



La política de los medios.
Inflación de expectativas y
autodescripciones del sistema

JUAN WOLFGANG CRUZ RIVERO





Introducción

Lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación para las masas.

Niklas Luhmann

El proceso electoral que vivió México en 2012 sin duda ha mostrado la relevancia y apremiante actualidad de la tarea de analizar con especial detenimiento la relación entre la política, los medios y la cultura. En ese contexto este libro busca ser una invitación a repensar el imaginario social en el que se entretajan los factores señalados, y, a partir de este imaginario, aproximarnos a entender las racionalidades en movimiento antes, durante y después de la contienda electoral. La idea punto de partida es ésta: cuando un ciudadano ejerce su derecho de voto se activan expectativas que buscarán enlazarse con otras, si esto se logra significará aportación a la vida política social y, si no fuera así, puede devenir en frustración y, por consiguiente debilitar los lazos sociales. Por ello, debemos entender que a cada determinación antecede un cúmulo de decisiones. Tomar una resolución es tan sólo la punta de un iceberg, de tal forma que cada acto de libertad, del mismo

modo que procede de otros, prepara el camino para más selecciones.

Pero ¿qué es lo que desencadenan las decisiones?, ¿qué determina, influye, condiciona que sea una y no otra? La respuesta dependerá del punto de observación, puesto que toda acción-comunicación remite a una preferencia de criterios. Un enfoque económico privilegiará el factor dinero; uno religioso, la cuestión moral; otro político, el poder... La propuesta de este ensayo es por el reconocimiento de la complejidad, lo cual significa que no existe un elemento preponderante, un punto de observación superior, desde el que se explique una decisión política, sino la convergencia de casi un sinnúmero de consideraciones. A fin de cuentas, esto no es más que un síntoma más de la (pos)modernidad de nuestros días.

Una vez planteado lo anterior, centrémonos en las decisiones políticas (como las que atañen a los procesos electorales): el tema de este ensayo es, pues, sobre la relación entre la política, los medios de comunicación y la cultura en el contexto de la sociedad actual. Lo que me interesa es proponer algunas reflexiones teóricas sobre las conexiones que se desarrollan en forma recursiva entre estos tres espacios constitutivos del mundo moderno, y con ello planteo aspectos a tomar en cuenta para aproximarnos a una comprensión del fenómeno de las decisiones políticas (en especial, de los electores). Descarto de entrada que sean los medios la clave primordial para entender las decisiones de los electores, pero sí estoy convencido de su poderosa influencia. ¿De qué tipo o alcance? De eso, entre otras cuestiones, trata este trabajo.

El giro del siguiente texto será predominantemente metateórico, específicamente, sociológico. Esto obedece a una decisión que parte de una convicción científica: el poco o nulo espacio que suele concederse al análisis de

los (pre)supuestos sobre los que se erigen observaciones. En otras palabras: se cree o se afirma, a partir de hechos que en realidad son construcciones sociales, en donde la misma creencia o certeza es una construcción social. Por ello, conviene aclarar que no se encontrarán en estas páginas formulaciones empíricas, producto de alguna suerte de investigación basada en datos duros, como se suele decir. Sin descartar la importancia de este tipo de trabajos, la decisión por esta forma de revisar el tema propuesto parte de la convicción de la indispensable tarea de la (re)construcción del marco teórico de observación. Dicho de otra manera, los datos, y su interpretación, responden a un modelo de construcción teórico-conceptual, en el mejor de los casos, y, en el otro extremo, obedecen a esquemas ideológicos que suponen que el dato habla por sí mismo, en completa desconexión entre realidad y pensamiento, entre el hacer y el discurso, otorgando plena autonomía a la primera, la cual termina por ser tratada como una especie de fetiche, un objeto con aparente vida propia. Desafortunadamente, en los temas de la política, como en otros tantos más, hay una especie de fe ciega en los datos duros, en las estadísticas como criterio de verdad, dejando de lado el marco teórico de interpretación. En suma, sostendremos aquí, la realidad no se presenta tal y como es, sino como es interpretada, de aquí parte la invitación de este texto: revisar la forma como se interpreta el mundo, reflexionar sobre nuestras herramientas de análisis y pensamientos: las palabras enmarcadas en coordenadas histórico-sentiduales.

El propósito de este ensayo es reiterar que es indispensable revisar los presupuestos teóricos e ideológicos desde los que realizan las observaciones del entorno sociopolítico —plantear observaciones de las observaciones— a partir de una interrogante que propongo y que remite a convicciones en el imaginario social muy arraigadas: ¿los medios manipulan las conciencias de su auditorio? El

convencimiento generalizado lo cree así, de aquí el doble sentido del título de este escrito y que nos servirá como hipótesis de trabajo: los medios hacen política y, al mismo tiempo, construyen realidad política mediática, distinta de la realidad política que crea el sistema político.





La política de los medios: inflación de expectativas y autodescripciones del sistema

Como se ha indicado en la introducción, las siguientes líneas están encaminadas a proponer algunas reflexiones sobre las formas como se configura el imaginario social en torno a la vida política. El punto de partida es revisar, desde un interés teórico, el papel de los medios masivos de comunicación y, particularmente, de la opinión pública, por ser aspectos cruciales que nos pueden aportar elementos para comprender los alcances y limitaciones de las percepciones y, por ende, operaciones del escenario de la política. En éste hay un momento culminante, la trama de las decisiones electorales, fin y (re)inicio de los procesos políticos.

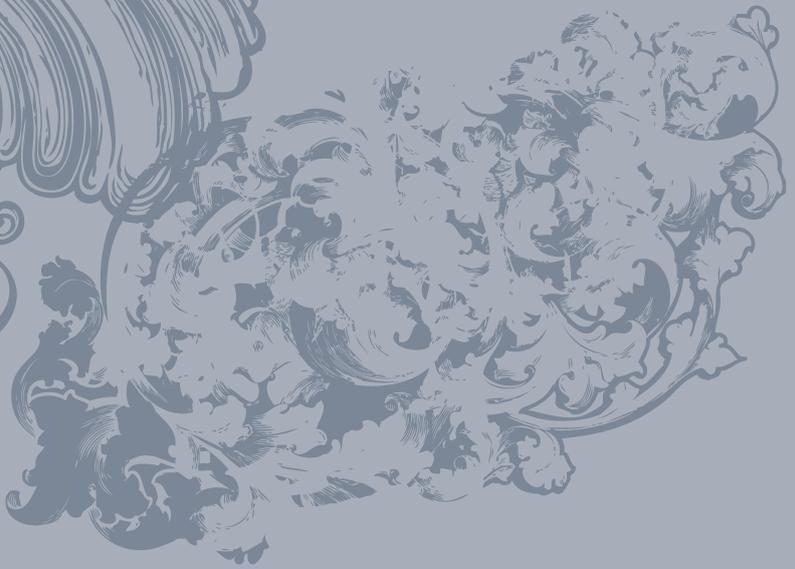
La ruta a seguir en este ejercicio teórico será a través de la comparación de dos modelos teóricos de la sociedad moderna con marcadas diferencias entre sus presupuestos teórico-conceptuales, sus análisis y conclusiones, lo cual permitirá contrastar distintas versiones sobre un mismo tema: los medios de masas y la opinión pública. Las perspectivas teóricas que nos servirán de guía y pretexto para revisar las formas de observación del mundo sociopolítico son la teoría crítica de la sociedad (TC) y la

teoría sistémica de la sociedad (TS).¹ La interrogante que proponemos a modo de hilo conductor para nuestro ejercicio teórico sería: ¿qué significado tienen los medios de comunicación para las masas y la opinión pública en la teoría social contemporánea con referencia al problema de la incertidumbre por su influencia en la integración en la sociedad moderna? Como es evidente, el tema de la incertidumbre remite al factor cultural, pues la forma como ésta es enfrentada por los elementos culturales, que configuran la identidad de una sociedad, explicará las condiciones de posibilidad de su cohesión.

Las siguientes reflexiones están organizadas en cuatro partes: la primera se limita a enunciar un breve listado de los presupuestos epistemológicos y el marco global de cada perspectiva;² las dos siguientes se ocupan de exponer las problematizaciones que hacen la TC y la TS en torno a los medios de masas y la opinión pública, y en el cuarto apartado se señalan algunas conclusiones generales respecto a los dos modelos de interpretación sobre las conexiones entre la política, los medios y la cultura.

¹ Se han elegido ambos enfoques por considerar que son emblemáticos de la teoría sociológica contemporánea, al desarrollar análisis globales del mundo de hoy y sus componentes, como los que interesan en este ensayo: medios de masas y opinión pública, es decir, cultura y política, en tanto temas entrelazados para aproximarnos a comprender las claves del imaginario social, marco de las decisiones de los actores del escenario sociopolítico.

² Para un análisis más desarrollado del tema de la primera parte, véase Cruz (2012).





I. Presupuestos epistemológicos y el marco global de la teoría crítica y la teoría sistémica de la sociedad

La TS y la TC constituyen modelos de interpretación de lo social que sirven de paradigma a buena parte del pensamiento sociológico desde la segunda mitad del siglo XX hasta nuestros días. La TS es la que nos ocupamos aquí y es la elaborada por el pensador alemán Niklas Luhmann y cuyo postulado nuclear es la concepción de la sociedad como un sistema social de comunicación autoorganizado en su operación. La TC es una perspectiva que también es nombrada como Escuela de Frankfurt, y de su propuesta nos centraremos en dos de sus autores insignia: Theodor W. Adorno y Jürgen Habermas. La tesis central de la TC es la conceptualización de la sociedad moderna como un proyecto inconcluso que debe resistir a las amenazas de colonización del mayor logro de la modernidad: el individuo racional que constituye su mundo social.

La TC y la TS constituyen paradigmas cuyo interés teórico global es analizar la sociedad contemporánea, por lo que sus contribuciones a los temas medios de masas y opinión pública sólo cobran sentido si se les enmarca en esta consideración. En otras palabras, la comprensión de los

particulares enfoques de cada modelo teórico, sobre los elementos comunicacionales de marras, sólo adquirirán sentido si reconocemos su vinculación e inserción en los marcos generales que han construido la TC y la TS.

En cuanto a las bases epistemológicas que distinguen una y otra perspectiva, tenemos lo siguiente: la TC parte de la premisa de que la verdad se define en la medida que cumpla con la tesis de que la “crítica del conocimiento es la crítica de la sociedad, y viceversa”, lo cual significa que el conocimiento verdadero será aquél que sea capaz de plantear la aproximación o alejamiento del programa de la modernidad, entendido éste como concepto (y promesa) a realizar. La tarea de la teoría es, señala la TC, confrontar concepto y realidad, pero considerando que el concepto es definido por los individuos emancipados y por lo cual interesados en el bienestar público, de ahí que la realidad social tendría que estar supeditada al tribunal de la razón y no a la inversa, pues ello costaría la cosificación del pensamiento. Por parte de la TS, tenemos que la verdad refiere a un código comunicacional que define al sistema de la ciencia, en donde ésta, a su vez, constituye uno de los sistemas parciales que conforman el sistema social. La verdad no es producto de la discusión de individuos, sino de la comunicación, pues los sujetos sólo pueden discutir a partir de lo que la comunicación les ha proveído y preparado; en otras palabras, la verdad científica es una construcción social, es una forma de comunicación construida al interior de la misma sociedad.

Mientras que la problematización que hace la TC se dirige hacia una evaluación de la sociedad moderna en clave de las patologías que en ella encuentra, en tanto síntomas de un incumplimiento de las expectativas sobre las que fundó el mundo moderno; por parte de la TS, debe considerarse que el problema más bien radica en la insuficiencia de las herramientas teórico-conceptuales de que disponemos para comprender la emergencia de un orden

social caracterizado por la diferenciación funcional de sistemas parciales autopoiéticos altamente complejos.

Pasemos a la siguiente interrogante: ¿cómo son definidos los medios masivos y la opinión pública en términos de su composición interna y su papel en el mundo moderno en los enfoques teóricos crítico y sistémico? Las hipótesis de trabajo las formularemos en estos términos: para la TC la industria de la cultura (denominación que acuñan para los medios masivos, Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, 1970) es la forma en que la Ilustración ha devenido en antidemitificación, y la opinión pública, sostendrá Habermas, tiende a dejar de cumplir su papel de crítica al imponerse en aquélla los intereses privados del proyecto (neo)capitalista, bajo el camuflaje de un pretendido interés por el bien público. La consecuencia de este binomio es que de esa manera se vería amenazada la promesa de una sociedad democrática y se abonaría el terreno para sembrar estructuras sociales regresivas de órdenes “unidimensionales” o autoritarios. Por el otro lado, para la TS versión luhmanniana —sin desconocer la admonición de la sospecha denunciada por la escuela crítica, pero sin detenerse en ésta, sino más bien interesándose por su forma de operación social e intentando una revisión de su sentido ultraelemental—, el sistema de los medios masivos de comunicación y la opinión pública son formas de comunicación creadas por la sociedad moderna a través de las cuales —éste es el punto de su hipótesis— se reduce la incertidumbre difundiendo lo que podría llamarse el conocimiento ordinario: se extraen temas a partir de campos específicos del universo comunicacional, mismos que servirán para irritar el amplio espectro de las operaciones sociales. La función de los medios refiere —en la visión sistémica— a la elaboración de información que reduciría la incertidumbre que representa el complejo entorno actual; la opinión pública, en conexión con dicha información, organiza y promueve expectativas de acción, sobre todo para el ámbito del sistema político. La propuesta de

Luhmann va en el siguiente sentido: pensar qué tipo de sociedad es aquella que, aun sabiendo de la manipulación de los medios, no puede dejar de recurrir a ellos (Luhmann, 2000, p. 173). En otros términos, la invitación es: problematizar el sistema mediático en clave de la realidad de los medios de masas, esto es, qué tipo de realidad social construyen.

Una vez señalados de manera sucinta los puntos clave de las argumentaciones de la TC y la TS, pasemos ahora a una revisión un poco más amplia de las propuestas de interpretación que nos ofrecen sobre dos de las fuentes abastecedoras de información de mayor presencia en el mundo de hoy.





II. La teoría crítica de los medios de masas y la opinión pública: la manipulación de las conciencias

El efecto de conjunto de la industria cultural es el de una antidemocratización... Impide la formación de individuos autónomos, independientes, capaces de juzgar y decidir conscientemente. Pero éstas son las condiciones previas de una sociedad democrática, que no sabría resguardarse y expandirse más que a través de hombres fuera de tutela.

Theodor W. Adorno

En el tránsito del periodismo de la gente privada que escribe al periodismo como un servicio público de los medios masivos de comunicación, se transforma otra vez el espacio público por la intervención de intereses privados, que amenazan convertirse en falsos principios públicos.

Jürgen Habermas

Proponemos formular la hipótesis global de trabajo, enfocada al análisis de los argumentos de la TC respecto al papel de los medios y la opinión pública, en los siguientes términos: de acuerdo con la crítica de la industria cultural y la teoría de la opinión pública formulada por los filósofos de Frankfurt, el riesgo, encubierto de suyo, por la

industria cultural y una “opinión pública-no-pública” (Habermas, 1996), es la amenaza del control de la intersubjetividad, vía la hegemonización del discurso que desde esos espacios se difunde, y que deviene finalmente en la anulación de las posibilidades de construir una sociedad genuinamente democrática: cosificado el lenguaje, conducidos los deseos y colonizado el mundo de vida, ¿cómo concebir que sea posible trazar, comunicar y debatir libremente un proyecto de mundo individual y social “verdadero”? Explicitamos lo anterior con el siguiente desglose de postulados frankfurtianos.

- El ideal de emancipación material e intelectual, que defiende el programa de la modernidad, encuentra un severo revés con la cultura industrializada y el ocultamiento de intereses privados tras la máscara de una pretendida opinión pública, al extinguirse el sujeto crítico e individual frente al sujeto consumidor de mitos y de la información de que le saturan los medios.
- La industria de la cultura y su correspondiente sujeto mitificador posee un potencial autoritario por cuanto de la producción de bienes culturales estandarizados deviene el control de la intersubjetividad. Ésta es la tesis fundamental de la perspectiva frankfurtiana acerca de los conceptos objeto de nuestra reflexión.
- La unidimensionalidad de la existencia humana (en su capacidad de razón y experiencia, dada la venta simbólica de identidad que hacen los medios) es la génesis del discurso de lo idéntico como lo único permitido; lo distinto, la diferencia, la diversidad de prácticas y cosmovisiones, en cambio, será lo condenable.
- La colonización del mundo de vida por los sistemas económico y político-administrativo representa el más grave reto al que debe enfrentarse una racionalidad comunicativa: someter al tribunal de la ética y

la política-jurídica las tendencias hacia la autonomización, desvinculadas del mundo de vida, a la que se mueven, plantea Habermas, dichos sistemas; ese tribunal deberá estar basado en el debate sin coerción interindividual, en un ejercicio de comunicación libre de dominio para, desde ahí, regular la dirección que deba seguir el mundo.

Puntualizando, ésta es la idea: la crítica frankfurtiana a la industria cultural, como embaucamiento de las masas y el acoso sobre la opinión pública política por intereses privados, adquiere su cabal comprensión cuando queda referida a la tendencia de la sociedad moderna que se encamina a la integración y a la uniformidad de las conciencias bajo una égida positivista, reificada, por lo que, nos proponen los teóricos de Frankfurt, urge la reflexión que recupere los fundamentos que dan origen al mundo actual; esto es: enfrentar, por un lado, las promesas enmarcadas en el proyecto de la modernidad y, por el otro, las condiciones vigentes de la existencia humano-social contemporánea, presunta portadora y realizadora de los ideales genéricos del mundo moderno. El dilema sigue siendo, dirían los teóricos de Frankfurt, modernidad o regresión a la barbarie, es decir, construcción del mundo bajo la luz de una racionalidad comunicativa que supone individuos emancipados o su destrucción vía la irracionalidad de los sistemas que siguen los principios del dinero y el poder (en su vertiente teleológica³), que excluyen lo verdaderamente humano.

Se trata, pues, de mostrar en este apartado cómo la crítica de los filósofos de Frankfurt nace de la necesidad de confrontar el *efecto antidemítico* (Adorno, 1967, p. 20) de la cultura elaborada según la lógica del mercado, con la propuesta de la modernidad de emancipar a los indi-

³ Cfr. el concepto de poder de Arendt, en Habermas (1986b).

viduos. Por ello, sus estudios apuntan a advertir sobre el carácter regresivo de la cultura de masas al obstaculizar y anular el núcleo vital del proyecto de la modernidad: la liberación del individuo de toda opresión material —esto es: trabajo alienado— e intelectual espiritual —es decir: conciencia cosificada—. Empero, como nos advierten los teóricos de Frankfurt, esta doble sujeción se problematiza al momento de enraizarse en la complejidad psíquica de los individuos. Y es, principalmente, la segunda la que les interesa subrayar, pues a través de ésta se refuerza el dominio social de modo más eficaz a medida que, en tanto condición subjetiva, detiene la transformación de las relaciones de producción;⁴ es decir: con la difusión y el consumo de bienes culturales que apologizan la realidad se configura la edificación de una fábrica de modos culturales que mediarán la intersubjetividad, volviendo una “trágica ironía” el atributo de los *mass media* como medios de comunicación. ¿Qué podrían comunicarse dos sujetos cuyo lenguaje —reflexivo, afectivo, visual, etcétera— ha sido refuncionalizado y administrado por la industria cultural? Al respecto, Adorno escribe: “Si nadie, verdaderamente, es capaz de hablar, entonces nadie puede ya, con toda certeza, escuchar” (Adorno, 1966, p. 19).

LA INDUSTRIA DE LA CULTURA COMO EMBAUCAMIENTO DE LAS MASAS

La industria cultural, al confeccionar la intersubjetividad, controla el discurso, es decir, cancela la premisa de una sociedad democrática: la comunicación de las diferencias. En la tendencia de la totalidad social contemporánea a *recaer en la barbarie*, el mundo administrado encuentra una fuerza de apoyo en la industria cultural.

⁴ Por cuanto espacio sobre el que se decide la forma de organización material de la sociedad.

La pauta básica para la lectura de esta sección es: la industria de la cultura se convierte en uno de los mayores obstáculos para el cumplimiento de las promesas de la modernidad; y, aunado a esto, al controlar el discurso prepara el camino para la restauración de sociedades de tipo autoritario, y con ello se significa un hundimiento en la barbarie.

De ahí el interés de la TC por denunciar a la industria cultural y la mercantilización de la opinión pública como óbices para constituir y arribar a una sociedad moderna. La propuesta política apuesta por constituir la sociedad moderna. Para ello, la condición indispensable es contar con individuos genuinamente libres de cualquier forma de sujeción alienante, para que éstos a su vez sean capaces de autoorganizarse como sociedad civil, vendrá a defender Habermas ante sus mentores cuando éstos se acercaban a posiciones radicalmente pesimistas con lo cual hacían el juego a fuerzas sociales conservadoras (Dubiel, Kofler, Habermas, 1989a, pp. 135 y ss).⁵ Por ello el llamamiento de la reflexión frankfurtiana —insistimos en el carácter político que se autorreconoce y propone la perspectiva crítica—, puede plantearse así: ¿cómo desplegar las tareas libertarias de la sociedad civil —emergente sujeto de la historia moderna que vendría a sustituir, ante su fracaso, al sujeto revolucionario por el que apostaba Marx, esto es, el proletariado (Habermas, 1981b)—, si la comunicación interindividual se encuentra interferida por los intereses de los sistemas económico y político? ¿Qué podrían comunicarse los sujetos influenciados (alienados) por los medios si son incapaces de distinguir entre intereses públicos e intereses con camuflaje de públicos pero que esconden, en realidad, motivaciones privadas?

⁵ Para un estudio que puede leerse como autocrítico del pensamiento frankfurtiano en cuanto a momentos de pesimismo vinculable al conservadurismo, consúltese Helmut Dubiel (2000).

El lenguaje es una actividad constitutiva de lo humano-social; sin embargo, de acuerdo con la teoría crítica, la creciente socialización de la vida tendía a eliminar la frontera entre lo público y privado, lo general y lo particular, lo objetivo y lo subjetivo, liquidando con ello la premisa de un pensamiento crítico; los espacios de resistencia —como la familia, el individuo, el amor, etcétera— estaban siendo penetrados por una racionalidad económica que inundaba todos los terrenos de la experiencia humana. La tendencia hacia la indistinción entre esos polos tiene un aliado en la industria cultural: “Cuánto más sólidas se tornan las posiciones de la industria cultural, tanto más brutalmente pueden obrar con las necesidades del consumidor, producirlas, guiarlas, disciplinarlas, suprimir incluso la diversión: para el progreso cultural no existe aquí ningún límite” (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 173). Léase, en este sentido, por ejemplo, la proliferación de literatura de superación personal: se extraen del ámbito laboral las necesidades que se buscará sean trasplantadas en los ámbitos privados: de los siete hábitos de una persona eficaz a los siete hábitos de una familia eficaz.

Alrededor de la década de los 30, Walter Benjamin (1973a) planteaba que la modernidad había buscado refugio en el arte pero, junto con Adorno y Horkheimer, denunciaría también que ante la seriación de bienes culturales, la nueva situación llevaba a la necesidad de meditar sobre quiénes eran los nuevos (re)productores y qué papel jugaban con respecto a los ideales de la Ilustración. El espacio de la producción artística perdía su autonomía en el momento en que nuevos medios de producción hacían posible su reproducción: el aura de una obra de arte sería fracturada por su reproducción mecánica. Estos nuevos reproductores eran, en aquella época, el cine y la radio.

Para Adorno y Horkheimer, la aparición de la radio a principios del siglo XX significaba un medio para la reproducción masiva de sentimientos, convicciones y con-

vencimientos: “La industria cultural tiene la tendencia a transformarse en un conjunto de protocolos y justamente por ello en irrefutable profeta de lo existente” (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 9). Pero su interés por los nuevos medios crece a medida que observan su utilización para fines políticos con el objeto de engañar a las masas; en ninguna parte se corroboró tanto este principio —sostenía la TC— como en el triunfo del nazifascismo. La influencia definitiva de la radio corporatizada —como elemento de Estado— dio a los filósofos de Frankfurt la razón en el sentido de que la Ilustración degeneró en un embaucamiento para las masas.

Estos medios masivos reproductores de mercancías culturales planteaban un nuevo problema a la Ilustración:

La atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del consumidor cultural contemporáneo no tiene necesidad de ser manejada según mecanismos psicológicos. Los productos mismos, a partir del más típico, el film sonoro, paralizan tales facultades mediante su misma constitución objetiva. Tales productos están hechos de forma tal que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, dotes de observación, competencia específica, pero prohíbe también la actividad mental del espectador, si éste no quiere perder los hechos que le pasan rápidamente delante. (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 177)

Toda la Ilustración necesitaba erradicar el mundo de figuras míticas y cualidades substanciales en la naturaleza para posibilitar su transformación en materia prima de operaciones matemáticas: cálculo, previsión y medición. El mundo al que se aspiraba —el empírico— no admitía su encantamiento. Sin embargo, una vez desmitificados los fantasmas, éstos conformaron una realidad separada o ideal aparte del mundo empírico: el mundo moderno vive bajo un enigma que ha creado dos realidades: la del mundo mítico que sobrevive obstinadamente y la del

mundo de los facts; el primero ya no será el de la religión tradicional, sino el del arte o de la cultura. El proyecto del neopositivismo de desterrar a los fantasmas ha fracasado, pues éstos persisten como ideologías (tanto en su acepción de falsa conciencia como de cosmovisión):

La vieja esperanza del espectador cinematográfico... se ha convertido en el criterio de la producción. Cuanto más completa e integral sea la duplicación de los objetos empíricos por parte de las técnicas cinematográficas, tanto más fácil resulta hacer creer que el mundo exterior es la simple prolongación del que se presenta en el film. (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 153)

Los nuevos mitos son tolerados por el dominio real y administrados por éste en forma de cultura prefabricada, industrializada. La realidad ideal comienza a ser producida industrialmente y administrada. La religión, que en la modernidad del siglo XIX perdió toda fuerza de convocatoria, en el mundo capitalista industrializado, sostendrá la TC, renace en la cultura industrializada en la medida en que se demandan y consumen bienes ideales para sintonizar con un mundo simbólico: la cultura se convierte en ilustración de segunda mano.

La nueva ideología tiene por objeto al mundo como tal. Adopta el culto del hecho, limitándose a elevar la mala realidad —mediante la representación más exacta posible— al reino de los hechos. Mediante esta transposición, la realidad misma se convierte en sustituto del sentido y del derecho. Bello es todo lo que la cámara reproduce. (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 153)

El sujeto ilustrado trazado por Kant —¡*Sapere aude!*— se ha vuelto una simple quimera, pues ha endosado su sitio a otro sujeto al que ya no le interesa conocer sino, más bien, consumir los contenidos que ofrece la industria de la cultura. El proyecto de la modernidad, en su perspectiva

intelectual —atrévete a saber sin la guía de otros— fracasa frente a la industria cultural. La autonomía y la libertad de la clase revolucionaria que emergía en la historia —como la burguesía— queda en la época moderna atrapada bajo el dominio de la reproducción cultural: la industria cultural vende ilustración a medida que se aceptan sus mitos: el pago consiste en la renuncia a la reflexión.

Divertirse significa estar de acuerdo... Divertirse significa siempre que no hay que pensar, que hay que olvidar el dolor incluso allí donde es mostrado. En la base de la diversión está la impotencia. Es en efecto fuga, pero no —como pretende— fuga de la realidad mala, sino fuga respecto al último pensamiento de resistencia que la realidad puede haber dejado aún. La liberación prometida por el *amusement* es la del pensamiento como negación. (Adorno y Horkheimer, 1969, p.153)

La extinción de la Ilustración significaba el “combate al enemigo ya derrotado, el sujeto pensante” (Adorno y Horkheimer, 1969); el Yo clásico postulado por la Ilustración sucumbe en manos de la industria cultural; este Yo kantiano que se proponía salir de la minoría de edad dejando la tutela de los otros para pensar por sí mismo se ve enfrentado a un protectorado masivo de medios masivos reproductores de mercancías culturales que le obstaculizaban la crítica. “La industria cultural realiza el esquematismo como el primer servicio para el cliente... Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción” (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 174).

La mercancía cultural presenta dos elementos nuevos y diferenciables, frente a la mercancía clásica en la cual Marx basó su análisis en *El Capital*: su carácter indivisible y su consumo. Explico: el carácter indivisible le da a la mercancía cultural la capacidad de prodigarse, es decir, que fomenta “una cultura democrática que reparte sus privi-

legios entre todos” (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 151); y, por otro lado, la relación del Yo con aquélla es libidinal, pues espera de su consumo una gratificación aprobada (administrada) por el principio de realidad. La industria cultural es la industria del esparcimiento sano que

defrauda continuamente a sus consumidores respecto aquello que se les promete. El pagaré sobre el placer emitido por la acción y la presentación es prorrogado indefinidamente: la promesa a la que el espectáculo en realidad se reduce significa malignamente que no se llega jamás al *quid*, que el huésped debe contentarse con la lectura del menú. (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 168)

La identificación del consumidor con la mercancía cultural es evidente desde antes de definirla: las voces anónimas del radio o el ojo universal de la cámara entrega al espectador o radioescucha la apariencia de ser ellos quienes ven y oyen en forma inmediata. Esto resulta, finalmente, en la desfiguración de los sentidos en la medida en que la racionalización de la sociedad capitalista avanza, el radioescucha y el espectador se ven cercados por esta industria que exige de ellos sólo una cosa: el consumo:

La regresión de las masas consiste en la incapacidad de oír con los propios oídos aquello que aún no ha sido oído, de tocar con las propias manos algo que aún no ha sido tocado, la nueva forma de ceguera que sustituye a toda forma mítica vencida. (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 53)

La presunción de sujeto libre en el mundo moderno debe ser vista con sospecha, señalan los teóricos de Frankfurt, pues ante la presencia avasalladora de la industria cultural lo que se niega como principio básico es la reflexión crítica: si la comunicación es unidimensional-afirmativa-integradora, qué podrían comunicarse dos sujetos formados por la industria cultural. No hay posibilidades de verda-

dero diálogo, sólo existe un monólogo: el esquematismo, seriación, y homogeneización del pensamiento a través de la estandarización del lenguaje, esto es: la conquista de la percepción del mundo y de sí mismos. La cultura verdadera, dirían los de Frankfurt, es dialéctica: aceptación del mundo, pero también su resistencia. Sin embargo, la operación ejecutada por la industria cultural impide su elemento de crítica y entroniza los valores de integración, es decir, según la TC, de la sumisión. Ya no habrá alternativas, pues la mente y los deseos de los sujetos han quedado cercados por la industria de la cultura.

Para los teóricos de Frankfurt, el cine hace creer al espectador que su vida real es una continuación de lo que ve en la pantalla y que lo que se transmite es como una prope-
 pedéutica para su cotidianidad social: “El pato Donald, afirman Adorno y Horkheimer (1969), en los dibujos animados, como los desdichados en la realidad, reciben sus puntapiés a fin de que los espectadores se habitúen a los suyos”. O bien, en otra página de *Dialéctica de la Ilustración* “La industria cultural realiza el esquematismo como el primer servicio para el cliente... Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción” (Adorno y Horkheimer, 1994).

El dictamen, pues, de los filósofos de Frankfurt respecto a la comunicación de masas es concluyente: obstaculiza el cumplimiento del proyecto de la modernidad, la emancipación material e intelectual de los hombres al someter su capacidad de crítica. Y a diferencia de la revolución de 1848 en la que Marx reconoce que existían sólo las condiciones subjetivas, pero no las materiales para el éxito de la revolución, en la sociedad moderna hay ahora las condiciones objetivas (recordemos, de acuerdo con el discurso marxista y del cual los de Frankfurt son herederos, de lo que se trata es de abolir, como *conditio sine qua non* para la liberación total, la vida material enajenada), pero

la subjetividad está ahora ya controlada por la industria de la cultura. Así apuntó Adorno (1966):

La música de entretenimiento habita las grietas que se abren entre los hombres asediados por el miedo y la docilidad sin protesta. La cosificación de la música es complementaria al enmudecimiento del hombre, de la agonía del lenguaje como expresión de la incapacidad de comunicarse en general con los otros.

A manera de síntesis, puntualicemos con el siguiente listado de postulados las tesis vertebrales de la teoría crítica que tienen que ver con el tema que nos ocupa:⁶

- La dimensión de la cultura es una dimensión dialéctica: además de contribuir a la estabilidad de un orden social posee el atributo de su negación (desde luego, en el sentido de posibilitar su crítica, lo cual le permite contener elementos de resistencia y distanciamiento).
- No toda cultura es ideología, pero sí toda ideología es cultura.
- Sin embargo, el hecho de su industrialización tiende a cancelar su cualidad negadora, inquisidora de lo real. De aquí parte la crítica y denuncia de los filósofos de Frankfurt.
- El carácter mercantil con el que es producido el objeto cultural determina el modo de su consumo en términos reificantes.
- La cosificación de los sentidos obstaculiza la desfetichización del objeto estético-cultural y borra su conexión con la realidad de dominio como apariencia socialmente necesaria.

⁶ Cfr. Juan W. Cruz (1999).

- El consumo del bien cultural industrializado se da en el marco de una gratificación socialmente aceptada.
- La apropiación del objeto cultural transcurre revistiéndolo de impulsos libidinales.
- El ideal de emancipación material e intelectual, que defiende el programa de la modernidad, encuentra un severo revés con la cultura industrializada al extinguirse el sujeto crítico e individual frente al sujeto consumidor de mitos.
- La industria de la cultura y su correspondiente sujeto mitificador posee un potencial autoritario por cuanto de la producción de bienes culturales estandarizados deviene el control de la intersubjetividad.

Hasta aquí hemos bosquejado los componentes principales del análisis de los teóricos de Frankfurt sobre lo que ellos conceptualizaron como industria de la cultura. La tesis básica consiste en la definición de esta industria como una antidemocratización que impide la conformación de individuos capaces de ser *constituency* de su sociedad. Pero los trabajos de Adorno y Horkheimer se movieron principalmente en el campo de la filosofía social, por lo que sus ideas —destacadamente las del tema que aquí nos ha ocupado—, habrán de interpretarse más como formulaciones pertenecientes a ese orden de argumentación, filosófica. Sin embargo, un miembro de la segunda generación frankfurtiana llegó a ocuparse de un tema afín al de la industria cultural pero añadiendo otros elementos teórico-metodológicos al de la perspectiva filosófico-social: Jürgen Habermas. Éste realizó a principios de los años 60 una investigación histórico-sociológica del concepto de opinión pública. La conexión de este concepto con el de la industria de la cultura puede entenderse así: de la acusación filosófica social de detener el avance de una sociedad democrática por el control unidimensional

del discurso, se pasa ahora a fundamentar, con base en una metodología marxista, en lo que se ha convertido la opinión pública en las sociedades capitalistas: un instrumento de dominio a medida que sucumbe al acoso de las prácticas del mercado.

EL ACOSO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Habermas (1981) realizó una revisión de la evolución de la opinión pública a partir de su condicionamiento por las fuerzas económico-políticas que predominaban en cada época histórica. Lo que interesa aquí es retomar el planteamiento de este autor sobre la opinión pública en la modernidad.

Habermas (1981) se propuso establecer lo que la categoría de público significó en la sociedad burguesa y cómo su significado, dadas las transformaciones de su materialidad, fue replanteándose durante los siglos posteriores a su constitución —y que bien puede interpretarse como el punto de arranque de todo su programa teórico y político que ha consolidado desde hace más de cuatro décadas con la edificación de su teoría de la sociedad como teoría de la acción comunicativa—. Su interés por esta categoría central de su empresa teórica se explica como un intento de reavivar el potencial emancipatorio de la democracia y sus leyes formales para así compensar su abandono de la tradición marxista clásica y de la que abrevaron sus predecesores. En otras palabras: es parte del esfuerzo teórico de toda la vida de Jürgen Habermas para retomar el proyecto de la teoría crítica con el que se autoasumían los miembros fundadores de la Escuela de Frankfurt, y con ello salir del callejón sin salida al que llegaron por su predisposición pesimista Horkheimer y Adorno en la época de la postguerra. Es decir, el intento de producir una visión de la transformación social y la emancipación humana en el proletariado había fracasado. La experien-

cia de nazi-fascismo y la aparición de la industria cultural parecían corroborar que no había ninguna posibilidad histórica en la que los críticos pudieran basar sus esperanzas para cumplir las promesas de la modernidad. Habermas se hizo a un lado de este estancamiento y desarrolló un estudio de los procesos comunicativos intersubjetivos que sobrevivían subterráneamente bajo la experiencia del espacio público.

Esta formación de un ámbito público de discusión encuentra sus raíces en la génesis de la sociedad burguesa que muestra en su postulado de libertad de pensamiento y expresión un momento progresivo (Habermas, 1981a).

La historia del concepto de *opinión pública* está ligada al desarrollo de las relaciones de producción capitalista cumpliendo un papel político: en la libertad reclamada para la producción y el mercado es exigida correspondientemente la libertad de pensamiento. Ambas demandas se enfrentan al orden económico-político feudal. Se pretende la conformación de una opinión pública que, en tanto voz de la sociedad, reclame la participación en los asuntos (públicos) que le incumben. La opinión pública se formaría con las ideas lanzadas por sujetos ilustrados, viendo en ésta el instrumento que influye en la dirección de la sociedad. Se trataba, en suma, de influir en la política, y el medio para lograrlo era la publicidad (Habermas, 1981, pp. 135 y sigs.); la apuesta kantiana por ésta se vería reforzada por ya existir en su tiempo un público racional interesado en hacer oír sus opiniones por el aparato político (todo lo cual se enraizaría con el movimiento ilustrado). “Kant entiende la publicidad como método de la Ilustración”, nos dice Habermas.

Kant postula que la Ilustración tiene como principio el ejercicio público de la razón, a diferencia de su uso privado, pues éste no alcanza resonancia pública. Sería, pues, tarea de todo ciudadano hacer publicidad, dirigirse al

mundo. El mundo, interpreta Habermas a Kant, se construye en la comunicación de seres racionales. El público se forma por ciudadanos quienes —mediante la exposición pública de su razón— se convierten en promotores de una voluntad política de la que emana un sistema jurídico reconocido para ejercer la organización legal de su sociedad en donde este marco legal expresaría los intereses de los ciudadanos al reglamentar asuntos comunes, compartidos. Pero, enfatiza Kant, la publicidad sólo podrá realizarse en un espacio de libertad de expresión; a través de la publicidad los individuos discuten y elaboran el sustento jurídico de sus actividades edificando, con base en leyes de derecho, un nuevo orden de dominio que sustituye a la ley natural-divina implementada por la Iglesia y los monarcas feudales.

No analizaremos aquí la evolución del tema realizado por Hegel o Marx —quien demostró las limitaciones ideológicas de las propuestas de Kant—,⁷ sino que nos centraremos únicamente en rescatar del planteamiento de Kant otra noción de *praxis* —en tanto ejercicio antropogénico— que sobrevivía subterráneamente en la historia de la civilización cristiana y señalaba un aspecto progresivo del movimiento ilustrado: la comunicación o, en conceptualización de Habermas, racionalidad comunicativa.

Al mismo tiempo Habermas buscó incorporar a su teoría una revalorización completa de las implicaciones de cambios que habían ocurrido tanto en los procesos capitalistas y las estructuras del Estado contemporáneo, tales como la problematización del consumo (como una respuesta a los exitosos aumentos de la capacidad productiva), el incremento del bienestar social promovido por el *Welfare-state* y la ampliación de los logros de la

⁷ Mientras Kant ve a “la pereza y la cobardía” como causas de la renuncia a la autoilustración, Marx ve “condiciones de vida alienada” como factor explicativo.

democracia a las masas modificaron en forma inesperada las condiciones que enmarcaban la visión del marxismo clásico y las condiciones de la sociedad burguesa originaria (Habermas, 1975).

La relevancia, pues, de la esfera pública se evidencia por su potencial como estrategia básica para la integración social en el mundo moderno. El discurso público —y lo que posteriormente Habermas conceptualizará como la categoría central de sus estudios, la acción comunicativa— es el punto nodal por el que se hace posible la coordinación de la vida humano-social, desde el ámbito estatal y el de la economía del mercado. Pero el dinero y el poder no serán las formas discursivas de integración social en la sociedad moderna, advertirá Habermas, pues no posibilitan condiciones idóneas para la identificación de razón y voluntad, pues esos valores —dinero y poder— están irremediabilmente anclados en sus tendencias hacia las sujeciones política y material-económica. En suma: el Estado y la economía son tópicos que dificultan u obstaculizan las tareas que deben ejecutarse mediante la esfera democrática pública.

En *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*, Habermas (1999) retoma sus reflexiones iniciales: la consecuencia fundamental de la intervención exhaustiva del Estado en la economía es la de socavar las bases de la sociedad civil y por ende del desarrollo de una esfera pública política verdadera: la democracia del Estado benefactor postula que los estados se legitiman a ellos mismos demostrando que sus políticas sirven a los intereses globales de sus electores.

Lo anterior tiene que ver con el punto vital de la TC de Habermas: la división entre sistema y mundo de vida. Argumenta que la sociedad capitalista avanzada no puede ser conceptualizada como una totalidad social, capaz

de producir la integración de los distintos órdenes de la vida humano-social, pues por esa fractura el mundo de vida (dimensión basal de las relaciones interindividuales, y de aquí su valoración como clave de la acción comunicativa) se encuentra en contraposición con los sistemas económico y político-administrativo que operan bajo la dirección de medios de comunicación no lingüísticos: dinero y poder. Por ello, denuncia que la integración en el mundo moderno alude a una sociedad impersonal que se estructura a partir de premisas funcionales o cibernéticas. Esta contradicción no puede ser superada por el capitalismo, señala Habermas, porque no hay una lógica inmanente en el capitalismo para producir su trascendencia dialéctica y porque la sociedad moderna de gran escala sería imposible sin tal sistema de integración.

Sin embargo, nos recuerda Habermas, el *Lebenswelt* es el espacio para la fundación y despliegue de los valores humanos básicos y ahí se padecen en carne propia los procesos de racionalización de los sistemas económico y político. De aquí la necesidad de proteger el mundo de vida contra el acoso incesante de los medios de comunicación masivos que se aferran a su propósito colonizador, ya denunciado por los viejos filósofos de Frankfurt.

La acción comunicativa libre de ataduras puede proporcionar de esta forma una alternativa para la codificación del entramado social que imponen el dinero y el poder como bases para la integración social. ¿De qué forma? Habermas idealiza las relaciones intersubjetivas del mundo de vida como arma contra la integración sistémica con su deshumanización y materialización. Habermas continúa así buscando una estrategia para recuperar el ideal normativo de la democracia formal de la teoría política burguesa clásica.

Sinteticemos los puntos centrales de la idea de Habermas sobre el espacio público (Aguilar, 1978):

- La opinión pública es la libertad de opinar sobre los asuntos generales o públicos del Estado.
- El carácter público de la opinión lo es en un doble sentido: ser publicada y ser discutida públicamente.
- El carácter racional de la opinión, pues, rechaza fundamentarse en dogmas de cualquier índole.
- Los argumentos se producen a partir de principios.
- Se tiene la confianza de poder neutralizar opiniones infundadas.
- El poder público debe responder a las demandas de la opinión pública.

La idea de Habermas es que la opinión pública tiene la capacidad para influir en la dirección que el Estado marca para la sociedad; en otros términos, la opinión pública es concebida como un intermediario entre la sociedad civil y el Estado, es más: significa los reclamos que formula la sociedad civil (es decir, autoorganizada) al aparato de Estado. Ésta es la apuesta de Habermas (quien, como aquí se puede ver, no mantiene la cerrazón de las posiciones pesimistas de sus maestros): la opinión pública debe ser un factor de decisión y resistir a los embates de la inercia mercantilizadora y burocrático-administrativa.

El presupuesto histórico-social básico de la anterior caracterización se centra en la figura del individuo que retroalimenta sus proyectos de vida individual y social en el ejercicio de la intersubjetividad. Los proyectos sociales que de aquí emanen son el alimento que funda la sociedad civil, la cual hará el papel de moderno sujeto de la historia mediando —resistiendo, diría Habermas— el acecho de los intereses colonizadores de la composición sistémica del mundo actual. La mediación tendrá que comprenderse como la facultad de decisión de la sociedad civil frente a los programas sistémicos que buscan controlar el mun-

do de vida. Por lo anterior, la apuesta de Habermas es a favor de la sociedad civil como nuevo sujeto de la historia capaz de conducir a la humanidad hacia su emancipación, en el sentido de que para Marx tendría que ser el proletariado. Pero este último sería descartado por la TC clásica por su alienación y ser soporte de movimientos políticos autoritarios dados en el siglo XX, con lo cual llevarían sus planteamientos a la imposibilidad de continuar el proyecto emancipador ante la inexistencia del sujeto de la historia necesario. Aquí el punto de quiebre de Habermas frente a sus antecesores y su contrapuesta para no perder el impulso original de la teoría crítica: contribuir al cumplimiento del programa libertario de la modernidad.





III. Teoría sistémica de los medios masivos y opinión pública: la manipulación de la realidad

La función social de los medios de masas no se encuentra en la totalidad de la información que cada campo programático actualiza, sino en la memoria que con ello se crea. Para el sistema de la sociedad, la memoria consiste en que cada comunicación se toma como conocida, como realidad presupuesta, sin que cada quien tenga expresamente que fundamentarla e introducirla.

Niklas Luhmann

Pasaremos ahora en esta tercera parte a realizar la revisión de la propuesta de Niklas Luhmann en torno a la cuestión que hemos propuesto desarrollar aquí: ¿qué significado tienen los medios de masas y la opinión pública en el pensamiento sociológico con referencia al problema de la integración en la sociedad moderna?

En uno de sus últimos trabajos de investigación, *La realidad de los medios de masas*, Niklas Luhmann (2000a) se enfoca a construir su propuesta teórica sobre el tema de marras. Este escrito puede ubicarse dentro de la arquitectura luhmanniana en el campo de monografías específicas

y, por ello mismo, es un texto en el que el complejo instrumental teórico-conceptual salta a la vista en cada renglón: la (aparente) transparencia lingüística se sostiene en la rigurosidad semántica de su planteamiento metateórico.

La realidad de los medios de comunicación de masas —se podría decir, su realidad real—, consiste en su propia operación: se imprime, se difunde, se lee, se captan emisiones. La cantidad ingente de comunicación que se produce al preparar y, después, al discutir lo que se ha emitido cubren como enredadera este acontecimiento...

Pero también se puede hablar, en un segundo sentido, de lo que es la realidad para los medios de masas, es decir, lo que aparece como realidad para ello, o aquello que los otros tienen por realidad porque lo han tomado de los medios de comunicación. En terminología kantiana: los medios de masas crean una ilusión trascendental. Entendiéndolo de esta manera, el quehacer de los *media* ya no se verá simplemente como secuencia de operaciones, sino como secuencia de observaciones. O todavía con más exactitud: secuencia de operaciones que observan. Para lograr esta comprensión sobre los medios de comunicación de masas habremos de observar la observación que ellos efectúan. Para el primer entendimiento, el de la operación real, es suficiente una observación de primer orden, como si se tratara simplemente de hechos.

Para el segundo entendimiento, el de lo que aparece como realidad en los medios, es necesario introducir un observador de segundo orden, un observador de los observadores. (Luhmann, 2000, pp. 4-6)

En la óptica de la TC la idea central sobre los medios es que ejercen una manipulación sobre las conciencias deformando la posibilidad de detectar la verdadera realidad, la vida alienada (Cruz, 1999); en contraste, para el enfoque luhmanniano, los medios, dada la insustentabilidad

fáctica de adentramiento de las conciencias entre sí, se encuentran restringidos en su operación a la construcción de realidad. Ésta sería un rasgo distintivo básico al sistema social moderno: la producción de realidad mediante la difusión de información masiva que debe prescindir de interacción presencial.

deberá entenderse por medios de comunicación de masas, todas aquellas disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva. De este modo, se debe pensar por sobre todo en libros, revistas y periódicos en lo referente al medio impreso, así como en reproducción fotográfica o electrónica de todo tipo, en la medida en que su producción sea en gran número y esté dirigida a receptores desconocidos. Entra también dentro de esta definición, el extendimiento de la comunicación llevada a cabo por la radio, siempre y cuando esta comunicación radiofónica sea accesible al público y no una mera comunicación telefónica que sirva a individuos particulares. No deben ser considerados como medios de comunicación de masas, por ejemplo, la producción masiva de manuscritos efectuada por dictado según se hacía en los talleres de impresión del medioevo, ni tampoco la consideración del simple espacio público que da acceso al desarrollo de la comunicación, como es el caso de las conferencias, las representaciones teatrales, exposiciones, conciertos. Aunque sí caen bajo el concepto de medios de comunicación de masas los filmes o los disquetes que dan a conocer extensivamente el contenido de tales representaciones. (Luhmann, 2000, pp. 2-3)

Sin embargo, advertiría Luhmann, no hay una realidad social sino varias, y cada una de éstas son las (re)creadas por cada nivel de sociedad: la política crea una realidad política, la economía, la suya, igual que el arte o la moral o el derecho o los medios masivos. No son mundos inco nexos, hay relaciones entre cada uno de ellos pues son

unos de otros sus propios entornos, en irritación mutua constante. No responden mecánicamente a las intermitencias del otro sino sólo en función de lo que su propia operación les posibilita:⁸ hay una especie de dinámica entre la clausura operativa de cada sistema y acoplamientos estructurales entre los sistemas parciales y sus entornos. De aquí parte una de las consideraciones básicas de la indagación de Niklas Luhmann sobre los medios:

No puede ser que el sistema de la ciencia sea el único que garantice, en la sociedad, el sentido de realidad. Más bien, lo que se debe pensar es que los medios de masas también producen y reproducen un conocimiento del mundo... ¿Qué tipo de sociedad es ésta, que permanentemente se informa sobre sí misma, de esta manera? (Luhmann, 2000, p. 112)

Esto es, en la propuesta de la TS de Luhmann el *focus* no es tanto señalar que los medios manipulan, sino cómo a partir de los temas que difunden conocer (observar) el tipo de realidad social que construyen y, por consiguiente, saber qué características tiene la sociedad que produce y difunde ese tipo de información a través de la cual se informa a sí misma. Reconocer lo anterior puede contribuir grandemente a reducir las enormes expectativas que generan, por ejemplo, los medios masivos cuando seleccionan de la realidad (y que, por ello, a la vez recrean), alimentando en un público el sueño de que se puede controlar su entorno. Pero la desilusión podría resultar más costosa para el sistema, por lo que los medios están atrapados en su propia dinámica autopoiética. Por ejemplo, la demanda

⁸ Obligar, por ejemplo, a que un tema en un ambiente académico no sea tratado por cuestiones religiosas o políticas obstaculiza que cumpla su función o, viceversa, interferir en una comunicación religiosa orillándola hacia la producción de expectativas cognitivas, cuando lo único que le es posibilitado es la de expectativas sentimentales (orientación de vida trascendental). En otras palabras: depende de la posición del observador la manera en que se mirará la realidad, una realidad que es sólo, y siempre, parcial del universo social. No existe pues una realidad en sí, pues todas son producto de las operaciones especializadas que van configurando la complejidad del orden social moderno.

del entorno por la producción de conocimiento ordinario toda vez que, por la diferenciación social, el sistema social requiere de un sistema encargado de ofrecer ese conocimiento.

La cuestión podría plantearse así: ante las transformaciones desencadenadas por la sociedad moderna —en reemplazo de la sociedad estratificada en su organización, en la cual habría un eje central ordenador— se pasa ahora a un tipo de sociedad en la que no hay uno sino varios ejes-códigos de lectura, o sea, la sociedad moderna ha creado —esto la define— una amplia gama de referencias, entre las que destaca el sistema de los medios de masas, como uno de los más buscados y referidos en las conversaciones de cada día. Por ejemplo: Discovery Channel, ofreciendo explicaciones sobre la proximidad de un cometa, evento que en una sociedad no moderna podría ser imaginado como un suceso de orden mítico-religioso, o según sea el eje de esa sociedad, comprensión poco probable de ser aceptada hoy; aunque, por otro lado, también es factible encontrar en la programación de este tipo de canales, que suelen ser presentados como canales serios y proveedores de conocimiento con bases científicas, programas en los que se proyectan y difunden contenidos más bien de corte esotérico y místico, como es el caso de temas de moda como las profecías de Nostradamus o acerca del próximo fin del mundo en 2012. No es que esto signifique una vuelta a un orden social jerárquicamente organizado, sino que la diferenciación social también tiene cabida en la amplitud de la oferta de versiones sobre un mismo tema: se vale hablar tanto desde la ciencia como desde la mitología, en un mundo diferenciado, ya no sólo de una forma u otra, como en un orden social jerárquico.

Sin embargo, el conocimiento difundido por los medios masivos se toma con ciertas reservas, y se sabe que habría otros sistemas —por ejemplo, el científico— con respuestas de mayor sustentabilidad. Pero en las sociedades diferenciadas las posibilidades de acceder a este último son limitadas por cuanto suponen un público preparado para entender las formas complejas del saber científico. El conocimiento ordinario ofrece un tipo especial de solución, así como las necesidades de alimentación moderna diseñaron el programa *fast food*, en analogía, el conocimiento ordinario difundido por los medios oferta *fast know*:⁹

¿Cómo podemos nosotros (por ejemplo los sociólogos) descubrir la realidad de su construcción de la realidad? No se trata de ver cómo desvirtúan los *mass media* la realidad por la forma en que presentan los hechos. Esto supondría una realidad ontológica pre-dada, objetiva y libre de toda construcción y además estaría presuponiendo, en la base, la antigua esencia del cosmos. Los científicos podrán argumentar que ellos conocen la realidad de una mejor manera, en relación a la "popularización" a la que están obligados los medios de masas.

Pero entonces esto significaría: comparar una construcción de la realidad con otra. Claro que a esto da pie una sociedad que valora las descripciones científicas como conocimiento auténtico de la realidad. Sin embargo, esto no nos exime de la pregunta: ¿cómo construyen la realidad los medios de comunicación para las masas? (Luhmann, 2000, p. 11)

Ocurre con el sistema de los medios de comunicación masiva algo semejante que con los sistemas religiosos que inculcan sentimiento de culpabilidad, pero ofrecen simultáneamente el recurso de la confesión: difunden informa-

⁹ Algo parecido ocurre con las organizaciones de hoy en donde los directivos solicitan más que extensos análisis, "resúmenes ejecutivos".

ción generadora de angustia al tiempo que, manteniendo la atención de los consumidores, ofrece entretenimiento o continuidad en las historias mostrando su resolución (el malvado en la cárcel y el paladín liberado). A través de este mecanismo autopoiético, el sistema reproduce permanentemente la necesidad de su consumo construyendo realidad; esto es, despliega su código referencial mediante la producción y selección de información.

El código del sistema de los medios de comunicación masiva es la distinción información/no información: “El sistema (mediático) selecciona las propias operaciones de acuerdo con la codificación binaria información/no-información” (Luhmann, 2007, p. 874). Dentro del sistema se desarrollan programas que se diferencian entre sí por los criterios con los cuales seleccionan la información. Éste es precisamente el punto a tomar en cuenta: la selección de la información. Los campos programáticos analizados por Luhmann son: noticias y reportajes, publicidad y entretenimiento.

Con relación al programa *noticias y reportajes*, “los medios para las masas difunden ignorancia, y para que ésta no se note, la realizan bajo la forma de hechos que deben ser permanentemente renovados” (Luhmann, 2000, p. 39). Los criterios que se siguen en la selección de noticias atienden a lo siguiente, de acuerdo con la propuesta de análisis de la TS de Niklas Luhmann:

- La sorpresa, la información debe ser nueva.
- Se buscarán, por sobre todo, conflictos.
- El empleo de cantidades atrae especialmente la atención.
- La lejanía confiere peso a la información en la referencia local.
- La contravención de las normas (sean del derecho, pero sobre todo contra la moral, o contra la *political correctness*, se diría hoy).

- La exigencia de actualidad.
- Como caso especial, debe considerarse que la exteriorización de opiniones puede ser considerada noticia, dada la presunción de los medios de ser espejo de la sociedad (Luhmann, 2000, pp. 44-54).

Con respecto al programa *publicidad*, la información plantea la tarea permanente de crear: “lo mismo no es lo mismo, sino algo nuevo... Un BMW será siempre un BMW, pero siempre serán mejores de modelo a modelo” (Luhmann, 2000, p. 74). De tal forma que cuando la publicidad es más importante que la verdad, se reconoce que hay engaño:

se sabe qué es la publicidad, pero no cómo se dejan lisonjear los espectadores. Al espectador se le sugiere que ejerza su libertad de decisión, lo que quiere decir, que a partir de sí mismo quiera lo que él realmente no hubiera querido. (Luhmann, 2000, p. 67)

Cabe destacar también el que justo en este programa es observable el enlace posible entre el sistema de los medios de masas y el sistema económico.

Y acerca del campo programático del *entretenimiento*, se puede comprender mejor a la luz de la forma del juego:

El juego es también una especie de duplicación de la realidad, en donde la realidad se toma como juego respecto de la realidad normal, sin que necesariamente se tenga que negar la realidad. En esta segunda realidad (la del juego) debe haber una condición especial que orilla a que se considere la conducción normal de la vida como la realidad real... Durante el juego, no es que se pase a otro modo de conducción de vida, sino únicamente se está entretenido sin estar cargado de otras cosas y sin dar oportunidad a otras cosas. Pero esto no significa que la realidad real sólo exista antes o después del juego.

Más bien, todo lo que existe, existe simultáneamente.
(Luhmann, 2000, p. 76)

Los medios masivos a través de sus diversos programas ofertan información. Pero la información que difunden produce ignorancia, crea cultura que selecciona y crea memoria y olvido. Construyen información que requerirá ser continuada, buscada por el auditorio. En eso radica su autopoiesis y con ello cumple uno de los rasgos definitorios de lo que conforma un sistema, de acuerdo con los criterios teóricos formulados por Luhmann.

Quizás lo más importante consista en que los *mass media*, en el procesamiento de la información, a lo que llevan es a la construcción de un horizonte de incertidumbre que debe ser alimentado siempre por más información. Los medios aumentan la capacidad de estimulación de la sociedad y con ello su capacidad de procesar más información. O todavía con más exactitud: aumentan la complejidad del entramado del sentido, en el que la sociedad responde a la estimulación mediante distinciones auto-producidas: "las informaciones son elementos autopoieticos de comunicación que tienen como finalidad la reproducción de esos mismos elementos" (Luhmann, 2000, pp. 120-121), de ahí que

La realidad de los *mass media* es la realidad de la observación de segundo orden. Los medios de masas sustituyen las tareas del conocimiento que en otras formaciones sociales estaban reservadas a sitios de observación privilegiados, los sabios, los sacerdotes, los nobles, el Estado: formas de vida que estaban privilegiadas por la religión o por la ética política. La diferencia es tan mareante que difícilmente se puede hablar de progreso o decadencia. Aquí sólo permanece, como modo de reflexión, la observación de segundo orden; es decir, la observación de que la sociedad deja en manos del sistema de los *mass media* su observación: observación en el modo de observación de la observación.

La opción de moda por la *cultural diversity* legitima, al mismo tiempo, una posición conservadora respecto a la propia cultura y sólo una relación turística con respecto a las otras. La cultura, precisamente en este sentido (en el sentido de la conformación de todo y cada cosa bajo un mismo signo), es la coartada de los medios de masas. Se encuentra frecuentemente la tesis contraria de que los *mass media* y en conexión con ellos el turismo, llevan a la ruina a la auténtica cultura. (Luhmann, 2000, pp. 124-125)

Otro componente más remitirá a su función reductora de complejidad. ¿De qué forma? Mediante la difusión de atribuciones causales demandadas por el auditorio y apaciguar los temores que suscitan con un entorno incierto, por ejemplo: ¿cómo explicar las transformaciones que se están operando a nivel mundial? La angustia la resuelven los medios al recurrir a una reducción simplificadora: “todos los males que padece la humanidad son causados por la globalización y el neoliberalismo”, se suele leer en medios de izquierda; un medio conservador quizás anunciaría como causa de los males del mundo de hoy la pérdida de valores y la desintegración familiar. En otros términos, las atribuciones causa-efecto están en función de la posición del observador, quien de acuerdo con sus esquemas selecciona los elementos descriptivo-explicativos o valorativos.

Los medios masivos son hoy una de las formas más contundentes de la comunicación moderna de la realidad. En la sociedad premoderna, por ejemplo, el individuo es testigo presencial de lo fáctico (“fusilaron a Maximiliano”), en la sociedad moderna, en cambio: “dicen que la OTAN bombardeó...”. Los medios masivos son el *a priori* de la sociedad moderna: opera ahora un quiebre de la inmediatez, el conocimiento ha quedado irremediabilmente mediado.

En la comunicación oral, cara a cara, hay visibilidad de la estructura elemental de la comunicación. Pero los *mass*

media rompen con la estructura de la comunicación oral. Antes, la interacción estaba orientada por la comunicación oral; ahora se renuncia a la interacción entre presentes. La interacción queda excluida, hay ruptura de la comunicación entre presentes. En suma, los medios añaden un contexto a la realidad, añaden un código: lo que merece ser informado. Por ello, una de las propuestas de Luhmann sobre los medios es conocer la sociedad a través de lo que le interesa, a partir de lo que se publica y difunde. La propuesta de la TS es: por lo difundido en los medios tomar el pulso de una sociedad y reconocer sus inquietudes, más allá de la lógica de si son falsas o verdaderas, pues entrar en esa discusión supone una apuesta ontológica.

LA OPINIÓN PÚBLICA COMO AUTODESCRIPCIÓN DEL SISTEMA POLÍTICO

Retomemos brevemente ahora el planteamiento frankfurtiano con relación al problema de la opinión pública antes de revisar los pronunciamientos al respecto por parte de la TS de Luhmann. La apuesta habermasiana puede ser cuestionada desde la óptica de Luhmann en el siguiente claro sentido: su planteamiento, sobre la conexión opinión pública y sociedad civil y su capacidad de decisión, repite el modelo conceptual que sostiene que el mundo se explica fundacionalmente por las acciones de los sujetos. En este caso los sujetos cosificadores son la industria de la cultura y la opinión pública, sujetos perversos, diría la TC por cuanto usurpan el lugar de los *verdaderos* actores (el individuo, diría Adorno, y la sociedad civil, enfatizaría Habermas). Pero, con respecto a esta última (la opinión pública), se trata no de la que se ha degenerado en el capitalismo (opinión no pública y publicidad prefabricada), sino la que se ajusta con el sentido normativo que Habermas otorga al término: apuntalamiento de la modernidad libertaria.

Sin embargo, la expectativa de que la opinión pública tiene esa capacidad no es compartida por Luhmann, quien propone concebirla como un medio de irritación del sistema social moderno para llamarse a sí mismo, por así decirlo, la atención. Citemos a Luhmann:

De ello, no obstante, no puede concluirse que la “opinión pública está manipulada”; esto tan sólo por lo mezclado de los temas y la pluralidad de criterios de selección de las novedades. Como sistema, es decir, considerados en su propia dinámica, a los medios de masas difícilmente puede —cualquiera que sea el resultado de la muy extensa discusión sobre la ética periodística— atribuirse responsabilidad.

Se puede tan sólo constatar que el sistema funcional de los medios de masas moviliza las descripciones del mundo y de la sociedad con todos sus sistemas funcionales de tal modo que las diferencias de tiempo adquieren importancia predominante y que toda determinación debe situarse temporalmente.

Los medios de masas garantizan entonces que dichos esquemas estén disponibles para que se recurra a ellos en medida y multiplicidad tal que correspondan a las necesidades de comunicación de la sociedad toda y que, según la necesidad, puedan levemente variarse y de manera nueva combinarse.

Después de todo esto, la opinión pública no es la pura moda de las opiniones como se creía en el siglo XVII, ni el médium de la Ilustración racional ni la *puissance invisible* de la cual se esperaba en el siglo XVIII que liberaría de las tradiciones. Es el médium de la descripción del mundo y de la autodescripción de la sociedad moderna, es el “Espíritu Santo” del sistema, es la disponibilidad comunicativa de los resultados de la comunicación. (Luhmann, 2007, pp. 876-877)

Mientras la TC de Habermas apuesta a la capacidad de influencia y decisión de la opinión pública en dirección hacia el sistema político, Luhmann, en cambio —sin negar, pero tampoco sobredimensionando esa capacidad, pues supone aquélla una conexión moral-política no necesariamente compartida— propone observar en la opinión pública los temas que el circuito comunicacional del sistema social ha puesto a circular, a modo de, por una parte, una macrocapacitación de los individuos en el sentido de que el credo distintivo de la sociedad moderna es la necesidad-consumo de información y, por la otra, se muestra en su operación como un mecanismo de auto-descripción de la sociedad.

En las siguientes líneas me ocuparé en plantear brevemente la concepción de Niklas Luhmann acerca de la conexión entre opinión pública y sistema político, dejando de lado el aspecto histórico de las transformaciones del concepto.¹⁰ Sobre este punto me parece necesario, sólo para los fines de esta reflexión, enfatizar el tránsito de la comunicación entre presentes a la comunicación de los ausentes, específicamente como rasgo hacia la sociedad moderna vía la producción y extensión de la industria editorial. A tal punto se va tornando cada vez más compleja la opinión pública, que ante la apariencia de ser la voz contundente de la sociedad, siempre cabe una pregunta: ¿y quién lo dice? Es decir, si se supone, en el modelo de la TC de Habermas, que la opinión pública expresa la discusión de individuos, a modo de sumas y acuerdos, finalmente, ¿quién dice lo que se dice? La respuesta de que es la “opinión pública” es cuestionada por Luhmann como un señalamiento nebuloso.

Por otra parte, la opinión pública se ha convertido en un factor sintomático de tendencias en procesos electorales.

¹⁰ Para ampliar el análisis histórico sobre el concepto de opinión pública de cada perspectiva de nuestro estudio, consúltese a J. Habermas (1981a) y Torres (2004).

Pero si bien tiene influencia porcentual en cambios eventuales, ello no significa necesariamente que influya en la cognición de la política de los partidos. Esto se explica, en la TS de Luhmann, porque se parte de la idea de los individuos como seres singulares que desarrollan procesos cognitivos, es decir, sus operaciones psíquicas son en torno de la comunicación, cuyos procesos van ligados a la opinión pública. En otros términos, la opinión pública es una forma de comunicación que opera en el sistema político, pero que no significa la suma de opiniones particulares de los individuos...





IV. Conclusiones: decisiones e irritaciones

Expuestos *grosso modo* los aspectos básicos de una y otra oferta teórica con relación a la cuestión de los medios y la opinión pública —con la TC se entienden los medios como embaucamiento de las masas y a la opinión pública como espacio que se debate entre su ideal normativo y el acoso del mercado, *versus* la TS, desde la cual los medios son reductores de complejidad y la opinión pública es entendida como autodescripción de la sociedad moderna y medio de irritación del sistema político—, tocaría ahora, como tarea pendiente, escudriñar sobre las teorías de sociedad que enmarcan ambas apuestas conceptuales. De tal suerte que podríamos observar, interpretar, en cada enfoque, una apuesta de cosmovisiones: ¿en qué radica la modernidad de la modernidad: en la pérdida de la unidad y por ello la necesidad de postular el ideal de la unidad de la razón en la multiplicidad de sus voces mediante la comunicación libre o, justamente, en esa pérdida de unidad, pero no para profesar nostalgias, sino para vislumbrar lo que viene: mayor complejidad en tanto pulverización de la unidad y proliferación de las diferencias, cada una de las cuales operará de acuerdo con sus propios códigos referenciales? Si es esto último, habría que atender con más cuidado el exhorto con el que concluyen Luhmann y De Giorgi (1993):

Los cambios estructurales como los que tenemos a nuestras espaldas nunca han sido observados y descritos completamente, sino con la ayuda de conceptos completamente inadecuados y con la mirada dirigida hacia una tradición en ruinas. Las transformaciones semánticas siguen a una distancia considerable a las transformaciones estructurales. Para que a través de la repetición y el olvido pueda condensarse sentido con condiciones de un nuevo tipo, se necesita tiempo. Es nuestra impresión que, en lo que respecta a esto, la sociedad moderna está sólo en sus inicios. La evidente insatisfacción por todo lo que se ofrece actualmente podría convertirse en un inicio más fecundo. (Luhmann y De Giorgi, 1993, p. 444)

En la sociedad moderna los medios masivos de comunicación diseñan en forma apabullante los temas que habrán de comentarse cada día. Se erigen ante nosotros como la encarnación de la opinión pública. Es tal su éxito que el auditorio se apropia de los temas que ha puesto en el circuito de la comunicación. Basta escuchar lo que se comenta en el transporte público, mercados, oficinas o, lo más grave, en casa. Hay una suerte de colonización de la comunicación entre los miembros de una sociedad, con lo que se evidencia la idea de que el tipo de comunicación que genera es redundante. No hay aportes a la comunicación, todo mundo intercambia la misma información. Se cree participar animadamente y en forma original cuando en realidad todo lo comunicado es mera repetición.

Los medios producen realidad mediante la redundancia de lo que se comunica. A través de sus contenidos se fabrica lo que el auditorio habrá de considerar como realidad. Cada medio tiene su nicho en el mercado del consumo de información y el lector/auditorio adquiere el producto de su preferencia, halagando sus propias proyecciones retroalimentadas por los medios. Se crearán encuestas para juzgarlo y concluir sobre la insensatez de sus juicios.

La idea de la realidad que predomina hoy en día es la que proviene de la difundida por los medios. No hay, es verdad, una idea, sino varias, pero tiende a predominar innegablemente la construida por los medios de masas, en especial los televisivos. No es algo a condenar en ellos, pues sólo hacen lo que las condiciones que nos rodean les permiten. Condiciones tales como una escasa o nula cultura por informarse de diferentes medios, sobre todo de los escritos. Hay una predisposición, pues, a consumir preferentemente lo que la televisión o los medios visuales ofrecen.

Proponemos que uno de los síntomas del mundo moderno es la creciente inflación de expectativas acerca de lo que, se supone, le es factible al individuo y a la sociedad. Precisamente, hay en la perspectiva frankfurtiana esa apuesta que se expresa en la idea de que la sociedad civil mundial, mediante el ejercicio de la opinión pública mundial, debe ser la portadora de los intereses de los individuos que, mediante debate en el espacio público, construyen proyectos de sociedad que tendrían que ser recogidos por el sistema político en un marco jurídico dictado por aquélla, y someter así las pretensiones colonizadoras del sistema económico.

Por el otro lado, el planteamiento luhmanniano se asume como antihumanístico, pues advierte que la opinión pública y la llamada sociedad civil no poseen la capacidad de decidir sobre la operación de los sistemas parciales (mucho menos, por supuesto, del sistema social). Los medios quizás con ello, propone Luhmann, cumplen una especie de función terapéutica y desestresante en la sociedad moderna, toda vez que ha sido quebrada para siempre la forma heterorreferencial del mundo premoderno para dar paso a la autorreferencialidad como síntoma nuclear de hoy.

Sin embargo, es justo también en este punto donde podemos encontrar algunas, aunque breves, co-incidencias

entre los enfoques analizados. Por ejemplo, uno de los aspectos que tienden a ser relegados cuando se pretende esclarecer la naturaleza del mundo moderno es el de la cultura. Sobre éste se privilegian los referidos a cuestiones económicas o políticas. Pero dejar de lado el tema de la cultura implica renunciar a la posibilidad de comprensión del elemento que explicaría dónde y cómo opera la cohesión social. Es decir, la posibilidad de construir y desarrollar proyectos de sociedad está en función de los valores, expectativas, cosmovisiones, en suma, del universo simbólico que comparten los individuos. La dimensión cultural está a la vez estrechamente entrelazada a otros poderosos componentes de todo orden social, pero ¿cómo se gesta?, ¿cuál es su especificidad?, ¿por qué podemos encontrar en la historia de la humanidad diversas formas de expresión cultural?, ¿cuáles son sus dilemas en el mundo moderno?, ¿cuál será su futuro? A éstos y otros emplazamientos más necesitamos analizarlos si es de nuestro interés comprender los acelerados cambios que sintomatizan la época que nos ha tocado vivir.

De lo expuesto brevemente en este escrito identifico al menos cuatro ideas clave:

- La comparación de las ofertas teóricas analizadas permite observar que actualmente la sociología opera una transición (pero sin completa certeza de terminar el paso): de la era de la sociología como alarma de la sociedad a la sociología como forma de comunicación autorreferencial del mundo moderno.
- Es necesario ejercer una constante autoobservación de las herramientas teóricas de la sociología por cuanto la provocación luhmanniana tiene, en mi opinión, una gran fuerza. Recordemos su tesis central: se observa hoy con una semántica desfasada de las estructuras operativas reales, es decir, actuales.

- Teoría crítica y teoría sistémica son programas teóricos de la sociedad, es decir, dos formas de comunicación que la sociedad ha posibilitado y fomentado. La cuestión radica en: ¿hacia dónde está marcando la tendencia del mundo moderno: la unidad pervertida por el *logos* del mercado o la autonomización de los sistemas (complejidad y diferencia)? En el plano cognoscente apuesto por esto último.
- En la teoría crítica el énfasis de sus observaciones parte de la moral, en la propuesta teórica de Luhmann, en la ciencia. Pero ¿qué tipo de relación podemos además plantear entre estas teorías?, ¿prestaciones intersistemas? O todavía más: la “disputa” entre ambas significa, finalmente, dos posibilidades cosmovisionarias.

Amplíemos. En la discusión sociológica contemporánea un tema persistente ha sido en torno al concepto de modernidad. La relevancia de su definición radica en los efectos teórico-conceptuales que se desencadenan. A grandes rasgos, podría tipificarse en dos formas: por un lado, la que recurre a un contenido de orden valorativo, posibilitador de un criterio para evaluar el grado de cumplimiento del programa emancipatorio postulado en su emergencia durante el siglo XVIII en Europa; por el otro, la que propone designar con este término una etapa de la evolución social signada por una composición por diferenciación de funciones de la sociedad.

El que un mismo concepto pueda ser definido de diferente forma lleva a indagar los supuestos epistemológicos de los que se parte. Éstos son los criterios de distinción con los que se elaboran observaciones de un orden social. Siguiendo la doble acepción indicada se les puede categorizar: la primera como una observación de orden filosófico; la otra como una observación de orden científico. El punto es: ¿cuál de las observaciones resultaría de mayor pertinencia para dar cuenta de la operación de

la sociedad?, por una parte, y ¿cuál de las observaciones resultaría de mayor pertinencia para evaluar el estado actual del orden social y proponer por ende alternativas de acción? Las observaciones señaladas no son contrapuestas, sino que en un juego de mutuas observaciones podrían considerarse como complementarias para un posible tercer interés observacional: en el que se busca actuar con base en elementos cognitivos (lo que es factible) y valorales (lo que es deseable).

Sin embargo, puede insistir la sociología —en un momento caracterizado por la incertidumbre y la incredulidad ante los acontecimientos mundiales— como disciplina encargada de la observación de las sociedades modernas, ofreciendo diversas perspectivas analíticas capaces, cada una a su manera, de brindar explicaciones plausibles que iluminen la realidad de una forma teóricamente controlada.

Los rendimientos de una observación teóricamente controlada de la realidad han sido sistemáticamente despreciados en nuestro contexto, que ha optado por orientar sus opiniones a partir de criterios desarrollados fundamentalmente por periodistas.

En última instancia, la pretensión de la sociología será siempre la elaboración de reflexiones controladas de la realidad capaces de mostrar las condiciones de posibilidad de determinados procesos, en aras de evitar el ya conocido e inútil fenómeno de la inflación de expectativas.

Cabe preguntarse, retomando el tema de fondo de estas últimas líneas de mi exposición: ¿perspectiva ontologista *versus* perspectiva sistémica? Es fundamental tener claro que el mundo —en tanto asignación general de nuestro objeto de estudio y reflexión, que podemos leerlo o, mejor dicho, leemos desde una gran variedad de ángulos— y los textos que sobre él producimos no están escritos por

una pluma movida por un trascendental (en sus diversos nombres: historia, utopía, razón, modernidad, ciencia, et-cétera), sino que son, finalmente, autodescripciones del mismo sistema comunicativo: sólo hablamos, pensamos, escribimos, en suma, comunicamos, lo que posibilita el mismo sistema comunicacional que nos comprende. Explotemos, pues, con imaginación y, sobre todo, con respeto y disposición, las posibilidades de los textos de los otros para que así también seamos cada uno leídos-observados en nuestra autonomía e individualidad, a las que apuesto, aunque sean una construcción del imaginario social.



Bibliografía y hemerografía



BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA

- Adorno, Theodor W. (1966). *Disonancias*. Madrid: Rialp.
- Adorno, Theodor W. (1969). *Intervenciones*. Caracas: Monte Ávila.
- Adorno, Theodor W. (1970). *Sobre la metacrítica de la teoría del conocimiento*. Caracas: Monte Ávila.
- Adorno, Theodor W. (1973a). *Consignas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Adorno, Theodor W. (1973b). *Crítica cultural y sociedad*. Barcelona: Ariel.
- Adorno, Theodor W. (1973c). *Philosophy of modern music*. Nueva York: Seabury Press.
- Adorno, Theodor W. (1973d). *Prismas*. Barcelona: Ariel.
- Adorno, Theodor W. (1974). *Terminología filosófica*. Madrid: Taurus.
- Adorno, Theodor W. (1975a). *Dialéctica negativa*. Madrid: Taurus.
- Adorno, Theodor W. (1975b). *Mínima moralía*. Caracas: Monte Ávila.
- Adorno, Theodor W. (1996). *Introducción a la sociología*. Barcelona: Gedisa.
- Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (1969). *Lecciones de sociología*. Buenos Aires: Proteo.
- Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (1979). *Sociológica*. Madrid: Taurus.
- Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Adorno, Theodor W. y Morin, Edgar (1967). *La industria cultural*. Galerna.
- Aguilar Villanueva, Luis F. (1986). "Opinión pública y comunicación social". En *México 75 años de Revolución* (vol. 2). México: Fondo de Cultura Económica e Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana.
- Aguilar Villanueva, Luis F. (1988). *Weber: la idea de ciencia social* (vols. 1 y 2). México: Universidad Nacional Autónoma de México/Miguel Ángel Porrúa.

- Beck, Ulrich; Giddens, Anthony; y Lash, Scott (1997). *Modernización reflexiva*. Madrid: Alianza Universidad.
- Bell, Daniel (1977). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. México: Alianza.
- Benjamin, Walter (1971). *Angelus novus*. Barcelona: Edhasa.
- Benjamin, Walter (1973a). *El arte en la era de la reproducción mecánica*. Madrid: Taurus.
- Benjamin, Walter (1973b). *Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus.
- Beriain, Josetxo (1996). *La integración en las sociedades modernas*. Barcelona: Anthropos.
- Bottomore, Tom (1984). *The Frankfurt School*. Gran Bretaña: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre (1998). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2002). *Lección sobre la lección*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2003). *El oficio de científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Barcelona: Anagrama.
- Buck-Morss, Susan (1981). *El origen de la dialéctica negativa*. México: Siglo XXI.
- Calhoun, Craig (1993). *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Cassirer, Ernest (1980). *Filosofía de la Ilustración*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cassirer, Ernest (1984). *Antropología filosófica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Castoriadis, Cornelius (1983). "Marxismo y teoría revolucionaria". En *La institución imaginaria de la sociedad* (vol. 1). Barcelona: Tusquets.
- Castoriadis, Cornelius (2002). *Figuras de lo pensable (las encrucijadas del laberinto VI)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cohen, Jean L. y Arato, Andrew (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Cruz Rivero, Juan W. (1999). *Modernidad e industria de la cultura*. México: Plaza y Valdés-ITESM Campus Estado de México.
- Cruz Rivero, Juan W. (2012). *Planteamientos de la sociedad moderna*. Alemania: Editorial Académica Española.
- Donolo, Carlo et al. (1985). *La cultura del 900: Sociología-Economía-Derecho-Historiografía*. México: Siglo XXI.
- Fernández Christlieb, Fátima y Yepes, Margarita (Comps.) (1984). *Comunicación y teoría social*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Frisby, David (1992). *Fragmentos de la modernidad*. Madrid: Visor.
- Gabás, Raúl (1980). *Jürgen Habermas: dominio técnico y comunidad lingüística*. Barcelona: Ariel.
- García Canclini, Néstor (1990). *Culturas híbridas*. México: Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1999). *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- Giddens, Anthony (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Giddens, Anthony et al. (1991). *La teoría social, hoy*. México: Alianza-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Giddens, Anthony (1997). *Política, sociología y teoría social*. Barcelona: Paidós.
- Giddens, Anthony (2000). *Un mundo desbocado*. Madrid: Taurus.
- Giddens, Anthony et al. (1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Giddens, Anthony; Jay, Martín et al. (1999). *Habermas y la modernidad*. Madrid: Cátedra.
- Gruzinski, Serge (1994). *La guerra de las imágenes: de Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Haber, Stéphane (1999). *Habermas y la sociología*. Buenos Aires: Nueva Visión.

- Habermas, Jürgen (1975). *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Habermas, Jürgen (1981a). *Historia y crítica de la opinión pública* (Antoni Domènech, Trad., 2a. ed.). Barcelona: Gustavo Gili Mass Media.
- Habermas, Jürgen (1981b). *La reconstrucción del materialismo histórico*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1982a). *Conocimiento e interés*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1982b). *Sobre Nietzsche y otros ensayos*. Madrid: Tecnos.
- Habermas, Jürgen (1984, 9 de diciembre). "El final de una utopía". *El País*, pp. 14-15.
- Habermas, Jürgen (1986a). *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid: Tecnos.
- Habermas, Jürgen (1986b). *Perfiles filosóficos-políticos*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1989a). *El discurso filosófico de la modernidad*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1989b). *Teoría de la acción comunicativa: estudios complementarios y estudios previos*. Madrid: Cátedra.
- Habermas, Jürgen (1990a). *Pensamiento postmetafísico*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1990b). *Teoría de la acción comunicativa* (tomo 1). Buenos Aires: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1993). *La lógica de las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos.
- Habermas, Jürgen (1998). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Madrid: Trotta.
- Habermas, Jürgen (1999). *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío* (José Luis Etcheverry, Trad., col. Teorema). Madrid: Cátedra.
- Habermas, Jürgen (2000a). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona: Península.
- Habermas, Jürgen (2000b). *La constelación posnacional*. Barcelona: Paidós.

- Habermas, Jürgen (2001a). *On the pragmatics of social interaction*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Habermas, Jürgen (2001b). *Teoría de la acción comunicativa* (tomo 2). México: Taurus.
- Held, David (1992). *Modelos de democracia*. Madrid: Alianza Universidad.
- Holub, Robert C. (1991). *Jürgen Habermas: critic in the public sphere*. Londres: Routledge.
- Honneth, Axel (2007). *Reificación. Un estudio en la teoría del reconocimiento*. Buenos Aires: Katz.
- Horkheimer, Max (1973). *Teoría crítica*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Horkheimer, Max (2002). *Crítica de la razón instrumental*. Madrid: Trotta.
- Jay, Martin (1974). *La imaginación dialéctica*. Madrid: Taurus.
- Jay, Martin (1984). *Adorno*. Madrid: Siglo XXI.
- Kant, Emmanuel (1981). *Filosofía de la historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kick, Russ (Ed.) (2001). *The disinformation guide to media distortion, historical whitewashes and cultural myths*. Nueva York: Disinformation.
- Kofler, Leo (1981). *La racionalidad tecnológica en el capitalismo tardío*. Madrid: Aguilar.
- Koselleck, Reinhart (1993). *Futuro pasado*. Barcelona: Paidós.
- Lamo de Espinosa, Emilio (1981). *La teoría de la cosificación. De Marx a la Escuela de Frankfurt*. Madrid: Alianza.
- Lenk, Kurt (Comp.) (1982). *El concepto de ideología*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Lipovetsky, Gilles (1995). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (1996). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lucas Marín, Martín et al. (1999). *Sociología de la comunicación*. Madrid: Trotta.
- Lukács, Georg (1969). *Historia y conciencia de clase*. México: Grijalbo.

- Luhmann, Niklas (1978). *Stato di diritto e sistema sociale*. Nápoles: Guida Editori.
- Luhmann, Niklas (1985). *El amor como pasión: la codificación de la intimidad*. Barcelona: Península.
- Luhmann, Niklas (1989). *Ecological communication*. Great Britain: Polity Press.
- Luhmann, Niklas (1992). *Sociología del riesgo*. México: Universidad Iberoamericana/Universidad de Guadalajara.
- Luhmann, Niklas (1995). *Poder*. México: Universidad Iberoamericana/Anthropos.
- Luhmann, Niklas (1996a). *Confianza*. México: Universidad Iberoamericana/Anthropos.
- Luhmann, Niklas (1996b). *Introducción a la teoría de sistema* (lecciones publicadas por Javier Torres Nafarrate). México: Anthropos/Universidad Iberoamericana/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Luhmann, Niklas (1997a). *Observaciones de la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Luhmann, Niklas (1997b). *Organización y decisión. Auto-poesis, acción y entendimiento comunicativo*. Barcelona: Anthropos/Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, Niklas (1997c). *Teoría política en el estado de bienestar*. Madrid: Alianza Universidad.
- Luhmann, Niklas (1998a). *La ciencia de la sociedad*. México: Anthropos/Universidad Iberoamericana/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Luhmann, Niklas (1998b). *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia*. Madrid: Trotta.
- Luhmann, Niklas (1998c). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Anthropos/Universidad Iberoamericana/Centro Editorial Javeriano.
- Luhmann, Niklas (1998d). *Teoría de los sistemas sociales*. México: Universidad Iberoamericana.

- Luhmann, Niklas (2000a). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos/Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, Niklas (2000b). *Teoría de los sistemas sociales II*. México: Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, Niklas (2007). *La sociedad de la sociedad*. México: Herder-UIA.
- Luhmann, Niklas y De Giorgi, Raffaele (1993). *Teoría de la sociedad*. México: Universidad de Guadalajara/Universidad Iberoamericana/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Luhmann, Niklas y Schorr, Eberhard (1993). *El sistema educativo. Problemas de reflexión*. México: Universidad de Guadalajara/Universidad Iberoamericana/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Lull, James (1995). *Media, communication, culture. A global approach*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lyotard, Jean Francois (1993). *La condición postmoderna*. Barcelona: Planeta/Agostini.
- Maldonado, Tomás (1998). *Crítica de la razón informática*. Barcelona: Paidós Multimedia.
- Marcuse, Herbert (1981). *Eros y civilización*. México: Joaquín Mortiz.
- Marcuse, Herbert (1984). *El hombre unidimensional*. México: Joaquín Mortiz.
- Marramao, Giacomo (1982). *Lo político y las transformaciones* (Cuadernos de Pasado y Presente núm. 95). México.
- McCarthy, Thomas (1992). *Ideales e ilusiones. Reconstrucción y deconstrucción en la teoría crítica contemporánea*. Madrid: Tecnos.
- McCarthy, Thomas (1995). *La teoría crítica de Jürgen Habermas*. Madrid: Tecnos.
- Morin, Edgar (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa: Barcelona.
- Nicolás, Juan Antonio y Frápolli, María José (Eds.) (1997). *Teorías de la verdad en el siglo XX*. Madrid: Tecnos.

- Nisbet, Robert (1977). *La formación del pensamiento sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Ochman, Marta (2006). *La reconfiguración de la ciudadanía. Los retos del globalismo y de la posmodernidad*. México: Porrúa-Tecnológico de Monterrey.
- Passerin, Maurizio y Benhabib, Seyla (1997). *Habermas and the unfinished project of modernity*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Ritzer, George (2002). *Teoría sociológica moderna*. Madrid: McGrawHill.
- Rositi, Franco (1980). *Historia y teoría de la cultura de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rusconi, Gian Enrico (1969). *Teoría crítica de la sociedad*. Barcelona: Martínez Roca.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Sennett, Richard (1978). *El declive del hombre público*. Barcelona: Península.
- Sennett, Richard (1980). *Narcisismo y cultura moderna*. Barcelona: Kairós.
- Sloterdijk, Peter (1989). *Crítica de la razón cínica I*. Madrid: Taurus.
- Swingewood, Alan (1979). *El mito de la cultura de masas*. México: Premia.
- Thompson, John B. (1995). *The media and modernity*. California: Stanford University Press.
- Torres Nafarrate, Javier (2004). *Luhmann: la política como sistema*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Turner, Bryan S. (Ed.) (1991). *Theories of modernity and postmodernity*. Londres: Sage.
- Waters, Malcolm (2006). *Modernity. Critical concepts* (vols. 1-6). Nueva York: Routledge.
- Weber, Max (2003). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Weischedel, Wilhelm (1972). *Los filósofos tras bambalinas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wellmer, Albrecht (1979). *Teoría crítica de la sociedad y positivismo*. Barcelona: Ariel.

- Wellmer, Albrecht (1988). "Intersubjetividad y razón". En León Olivé (Comp.), *Racionalidad*. México: Siglo XXI/Universidad Nacional Autónoma de México.
- Wiggershaus, Rolf (1994). *The Frankfurt School. Its history, theories, and political significance*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Zeitlin, Irving (1997). *Ideología y teoría sociológica*. Buenos Aires: Amorrortu.



Juan W. Cruz Rivero

Es licenciado y maestro en Sociología por la UNAM, y doctorado en Ciencias Sociales y Políticas por la Universidad Iberoamericana. Profesor-investigador del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. Actualmente dirige el Departamento de Derecho y Relaciones Internacionales y recientemente fue nombrado coordinador nacional de la Academia de Relaciones Internacionales del ITESM para el periodo 2012-2014. Autor de los libros *Modernidad e industria de la cultura* (Plaza y Valdés), y *Planteamientos de la sociedad moderna. Una invitación a repensar nuestras formas de observación del mundo social* (Editorial Académica Española).



Índice

Introducción	5
La política de los medios: inflación de expectativas y autodescripciones del sistema	11
I. Presupuestos epistemológicos y el marco global de la teoría crítica y la teoría sistémica de la sociedad	15
II. La teoría crítica de los medios de masas y la opinión pública: la manipulación de las conciencias	21
III. Teoría sistémica de los medios masivos y opinión pública: la manipulación de la realidad	43
IV. Conclusiones: decisiones e irritaciones	59
Bibliografía y hemerografía	69



Consejo General

Consejero Presidente

Jesús Castillo Sandoval

Consejeros Electorales

J. Policarpo Montes de Oca Vázquez

Arturo Bolio Cerdán

Abel Aguilar Sánchez

Jesús G. Jardón Nava

José Martínez Vilchis

Juan Carlos Villarreal Martínez

Secretario Ejecutivo General

Francisco Javier López Corral

Representantes de los partidos políticos

PAN	Juan Antonio Flores Coto
PRI	Jorge Álvarez Colín
PRD	Mario Enrique del Toro
PT	Joel Cruz Canseco
PVEM	Esteban Fernández Cruz
MC	Horacio Enrique Jiménez López
NA	Benjamín Ramírez Retama

Representantes de las coaliciones

Comprometidos por el Estado de México
Morena

Movimiento progresista

Unidos es posible

El cambio verdadero

Jorge Torres Rodríguez

Armando Bautista Gómez

Javier Rivera Escalona

Agustín Ángel Barrera Soriano

Marcos Álvarez Pérez



Comité Editorial

Presidente

Jesús Castillo Sandoval

Integrantes

Gabino E. Castrejón García

Juan W. Cruz Rivero

Edgar A. Hernández Muñoz

Francisco Javier López Corral

Irma Méndez de Hoyos

Rosa María Mirón Lince

Carlos A. Morales Paulín

Secretario Técnico

Ángel Gustavo López Montiel



Coordinadores de la edición

Ángel Gustavo López Montiel
Titular del Centro de Formación
y Documentación Electoral

Ciro García Marín
Subdirector de Documentación y
Promoción Editorial

Área de diseño gráfico y editorial
Jorge Becerril Sánchez
María Guadalupe Bernal Martínez

Área editorial
Ana Llely Reyes Pérez
Tania López Reyes
Luther Fabián Chávez Esteban
Azálea Belem Eguía Saldaña

La primera edición de La política de los medios. Inflación de expectativas y autodescripciones del sistema se terminó de imprimir en el mes de noviembre de 2012, en los talleres de Editorial Cigome, S. A. de C. V., ubicados en Av. Alfredo del Mazo nte. 1524, Col. Ex-hda. La Magdalena, Toluca, Estado de México.

La edición estuvo a cargo del Área de Promoción Editorial del Centro de Formación y Documentación Electoral del Instituto Electoral del Estado de México. Esta edición consta de 2,000 ejemplares.

En la formación se utilizó la fuente tipográfica Avenir, diseñada por Adrian Frutiger en 1988.

Publicación de distribución gratuita