

Aproximación al concepto de «comunicación» en la teoría social de Luhmann y su representación en los «medios de masas»

Juan José Solís Delgado

RESUMEN

Los medios de masas caracterizan a la sociedad moderna y habitualmente su comunicación se entiende —desde una perspectiva tradicional— como el proceso de transmitir información de *A* a *B*. Sin embargo, la comunicación que nos interesa identificar en este artículo es la que opera en el sistema sociedad, donde ocurre que los medios de masas son un sistema social organizado y diferenciado funcionalmente, lo cual permite observar que en ellos *no* se puede hacer política, derecho, ciencia, religión, etc., y mucho menos puede existir (para su operación) la intervención del individuo.

Palabras clave: Medios de Masas; Comunicación; Autopoiesis; Sociedad; Diferenciación Funcional; Teoría de Sistemas Sociales.

ABSTRACT

The mass media, which characterizes modern society, and its communication is often understood —from a traditional perspective— as the process of transmitting information from *A* to *B*. However, the type of communication that we are interested in identifying in this article is the one that operates within society, where mass media is an organized and functionally differentiated social system. This allows us to observe that in mass media, politics, law, science, religion, etc. often do not exist, much less individual intervention.

Keywords: Mass media; Communication; Autopoiesis; Society; Functional Differentiation; Social Systems Theory.

Fecha de recepción: 14 de enero de 2015

Fecha de aceptación: 22 de junio de 2015

INTRODUCCIÓN

30

En la vida ordinaria, es común pensar que la comunicación es una forma de intercambio de ideas, palabras u oraciones que tiene lugar entre un ser humano y otro, independientemente si se realiza cara a cara o a través de medios maquinales. Para la mayoría de las personas, comunicar es hablar, conversar, dialogar, etc., y por tanto, el mundo moderno requiere de comunicación para hacer funcionales las economías, los sistemas políticos, las leyes y en general la convivencia social. Por ello, no sorprende que la sociología esté desde hace años estudiando todo aquello relacionado con la comunicación en sus diversas formas y expresiones. Schützeichel (2004) señala que Knoblauch y Luckman hablan de un *communicative turn*, mientras que Habermas (1989) centra su mirada en la *acción comunicativa*, a diferencia de Luhmann (2007), quien desarrolla el concepto de comunicación desde una *lógica sistémica*.

Este interés teórico-global nos conduce inevitablemente a profundizar más en el estudio de la comunicación, y en las distinciones que deben establecerse para diferenciar la *comunicación* de las comunicaciones que se generan en sistemas diferenciados, como es el caso de los medios de masas que, por un lado, *comunican* en el sentido de informar a los individuos y, por otro, *comunican* en el sentido de producir *sentido* en el lado del sistema, considerando la distinción *sistema/entorno*.

Los medios de masas caracterizan a la sociedad moderna, y tradicionalmente su comunicación se entiende como el efecto que crea la transmisión y/o transferencia de información de una entidad que podríamos llamar “A” hacia una “B”; pero eso es simplemente una noción elemental del proceso comunicativo que no llega a ser el patrón instrumental de los medios de masas. La comunicación que nos interesa estudiar es la comunicación de los medios de masas que opera en el sistema *sociedad*. Al considerar a los medios de masas como un sistema organizado y diferenciado funcionalmente con capacidad de reproducir, contener y reducir complejidad, cuyas distinciones comprenden: *información/no información, memoria/olvido, campos programáticos/selectores*,

autorreferencial/heterorreferencia, realidad real/realidad no real, opinión pública/opinión publicada, veracidad/sospecha, certeza/engaño, manipulación/no manipulación... y así, toda una serie de distinciones que hacen de ellos un sistema social complejo que merece una observación profunda para comprender —desde una lógica sistémica— su operación en el mundo y su comunicación.

Para conocer la comunicación de los medios de masas, debemos partir de un presupuesto: la sociedad es una red inmensa de comunicación, una red universal. La comunicación, desde la perspectiva luhmanniana, es mucho más abarcadora que el mero lenguaje; aunque el lenguaje sea el acontecimiento evolutivo más decisivo para la comunicación (Luhmann 2007: xviii).

31

En la actual modernidad, pocas veces nos preguntamos ¿cómo es la comunicación de los medios de masas?, ya que creemos que de *facto* los medios de masas comunican, cuando en realidad lo que *percibimos* (los individuos) es información autorreferida o heterorreferida. La comunicación que producen los medios de masas es propiamente un excedente de comunicación, Luhmann lo refiere así:

Si se desea lograr la formulación de un juicio sobre las posibilidades de auto-descripción de la sociedad moderna, es necesario tener presente, antes que nada, que dicha descripción ya no se transmite oralmente como enseñanza de sabiduría y ya no se articula como filosofía de pensamientos conclusivos, sino que sigue las leyes propias de los medios de masas. Cada mañana y cada tarde [noche], la red de noticias se tiende de manera inevitable sobre la tierra y determina lo que ha sucedido y lo que ha de tenerse por presente. Algunos acontecimientos ocurren por sí mismos, ya que la sociedad es lo suficientemente turbulenta como para que siempre suceda algo. Otros se producen para los medios de masas. En esto, la exteriorización de un punto de vista puede ser tratada preponderantemente como acontecimiento, de esa manera los medios dejan entrar en sí mismos su material reflexivamente. Ahí son sobre todo los periódicos y la televisión los que generan los efectos. El puro hecho de que los medios de masas estén diferenciados produce un excedente de posibilidades de comunicación (Luhmann 2007: 869).

Distinguir entonces la comunicación de los medios de masas, nos permite conocer su naturaleza, su operación única, sus estructuras y acoplamientos con otros sistemas y por tanto, el papel que juegan en la sociedad.

CÓMO SE PRODUCE LA COMUNICACIÓN

32

Los medios de masas operan y producen comunicación. Por ejemplo, a principios del siglo xx, la transmisión del radioteatro *La guerra de los mundos*, marcó un parteaguas en el estudio de los medios de masas, ahí se descubrió el potencial de lo que se llamó el “poder” mediático. Sin embargo, no debe pensarse que todos los oyentes creyeron que era verdad aquella narración, también hubo quien escuchó con atención y descubrió sin dificultad que se trataba de una historia dramatizada llevada a la radio. Por tanto, si bien no se recibió el mismo mensaje en toda la audiencia, sí produjo comunicación.

En comparación con la tradición sociológica, donde se sugiere que cuando construimos o recibimos cualquier tipo de mensajes mediante el esquema emisor-mensaje-receptor (e-m-r), los individuos son quienes asumen los roles de emisor y receptor, y sólo ellos determinan la operación y contenidos de los medios de masas; lo que aquí sostenemos es que no es el individuo quien de forma mecánica hace comunicación en los medios de masas, sino que es un hecho más complejo de lo que el propio individuo podría aportar.

Existen informaciones o contenidos que, por más que los individuos quieran ocultar o sobredimensionar, la propia información se impone en la justa medida, a saber: el asesinato de algún presidente, la muerte de un líder religioso mundial, la caída de las bolsas de valores en el mundo, etcétera, son informaciones que se tienen que dar a conocer independientemente de la razón o conciencia de los individuos que jerarquizan la información en los medios de masas. Por ejemplo, el papa Juan Pablo II, líder de la iglesia católica, monarca y soberano de la

Ciudad del Vaticano de 1978 a 2005, falleció el 2 de abril de 2005 a las 21:37 horas (hora de Roma, Italia). Pocos minutos después, Monseñor Leonardo Sandri anunció la noticia del fallecimiento a las personas congregadas en la Plaza de San Pedro; de inmediato y literalmente, el mundo se enteró.

Por la razón anterior, es importante conocer cómo se produce la comunicación en los medios de masas, pues conociendo sus operaciones podríamos reconfigurar su concepción para situarlos en un punto donde sean observados de una manera más nítida, es decir, considerarlos como un sistema funcionalmente diferenciado.

En la teoría social de Luhmann, los medios de masas son un sistema de funciones, sus operaciones son mecanismos de comunicación y, por tanto, su relaciones con otros sistemas, se identificarán como acoplamientos estructurales que garantizarán comunicación y sobre todo mayor complejidad y, al mismo tiempo, reducción de ella, apoyándose en la autoorganización, es decir, en la autopoiesis del propio sistema.

Esta autoorganización nos permitirá observar la dinámica de los medios de masas que para operar requieren establecer una programación estandarizada —donde los mensajes refieren más a un público amplísimo (y no a un solo individuo)— que mediante una diferenciación en sus contenidos, cubrirá la mayoría de los intereses, gustos y necesidades.

Es importante destacar que los medios de masas crean una (doble) realidad o realidad *biestable*, y su quehacer no solo es la secuencia de operaciones, sino más bien una secuencia de observaciones; en palabras más precisas, “una secuencia de operaciones que observan” (Luhmann 2000: 6). Los medios de masas son observadores que son observados, lo que se traduce en que existe una realidad primera (el hecho observado por el medio de masas) y una realidad segunda (lo que dan a conocer). Así, llegamos a distinguir que lo que se *comunica* en los medios de masas es algo de ellos mismos y también algo ajeno a sí mismos, por el hecho de haber una doble observación que nos lleva a los conceptos de *autorreferencia* (se refieren a sí mismos) y *heterorreferencia* (se refieren a lo otro). De esta manera se establece la realidad biestable.

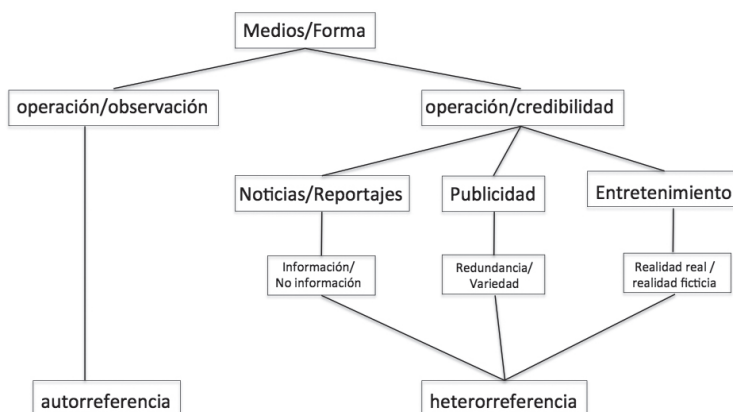


FIG. 1: Realidad biestable (Fuente: Elaboración propia)

En otras palabras, la observación de segundo orden que realizan los medios de masas distingue dos realidades: la *observación/operación* (que permite su autorreferencia) y la *operación/credibilidad* (que permite su heterorreferencia). La realidad que construye la autorreferencia procederá con distinciones habituales de un sistema funcional, mientras que la heterorreferencia procederá con el esquematismo *operación/programación* y su codificación correspondiente: noticias reportajes (*información/no información*); publicidad (*redundancia/variedad*) y el entretenimiento (*realidad real/realidad ficticia*).

La distinción de la *comunicación* de los medios de masas es una síntesis de tres selecciones: *información/darla-a-conocer/entenderla*.¹ Este rasgo teórico hace al sistema de comunicación autorreferente. Por tanto, la idea de conocer la comunicación desde la perspectiva luhmanniana se debe a que es desde lo social donde mejor se puede observar. En ese sentido, especificar —en la lógica sistémica— distinciones en el mundo es propio de la comunicación y, de esa manera, percibirla es propio de la conciencia. La sola comunicación distingue y es una operación que surge evolutivamente.

¹ No confundir con la distinción de los medios de masas que es: *información / no información*.

LA OPERACIÓN ÚNICA DE LOS MEDIOS DE MASAS

La distinción *autorreferencial/heterorreferencia* pertenece al sistema de los medios de masas en tanto estos construyen la realidad, por tanto, no pueden asumir posturas o acciones como ostentar poder, manipular o decir la verdad, etc., ya que esto sería apropiarse de distinciones ajenas a su operación única. En todo caso, se ven obligados a construir una realidad distinta a su propia realidad. Lo anterior es un punto de partida que permite conocer la comunicación de estos medios, más allá de ideas de manipulación, tergiversación, influencia, poder, verdad, intereses económicos, políticos, etcétera.

Las operaciones de los medios de masas son las mismas en el centro y en la periferia de la modernidad; sin embargo las oportunidades de evolución son distintas, al grado que podríamos observar que, en términos de la distinción *medioforma*, las estructuras en el centro se acoplan de manera sólida mientras que en la periferia son de manera floja. Esto podría observarse, por ejemplo, en la presentación de presuntos responsables de un delito, a través de la televisión, pues mientras en los países del centro de la modernidad serán cautos y presentarán a probables indiciados para que el sistema jurídico decida su situación, en los países de la periferia se señala al presentado como delincuente, y se le exhibe sin juicio de por medio.

La comunicación de los medios de masas también es circular, no se detiene. Siempre un suceso lleva a otro. Hay quienes estudian a los medios de masas pensando en sucesos aislados sin relación entre ellos, por ejemplo se estudian por separado las telenovelas, el fútbol, los noticiarios, el entretenimiento como si estos fueran independientes uno del otro y no fueran contenidos propios de los medios de masas; sin embargo, los medios de masas exponen un evento social hasta agotarlo, para sustituirlo por otro que tenga la idea de “nuevo” y de esta manera, cada emisión se compromete con la siguiente y así sucesivamente (Luhmann 2000: 16).

Evidentemente, este compromiso de presentar sistemáticamente información “novedosa”, “sorprendente”, “sustentada en cantidades”, “que

presenta conflictos”, etc., es lo que Luhmann identifica en su teoría de los medios de masas como rasgos característicos de su operación y son denominados como *selectores* (Luhmann 2000: 46 y ss.), a saber:

36

- 1) La *sorpresas*. La información debe ser nueva y debe remitir a acontecimientos únicos.
- 2) La búsqueda de *conflictos*. Probablemente este es un punto medular, ya que la búsqueda de conflictos es lo que se piensa como una afrenta que tienen los medios de masas por intervenir en otros sistemas.
- 3) Empleo de *cantidades*. En la mayoría de las ocasiones las cantidades no son corroboradas pero al momento de darlas a conocer suenan tan creíbles que nadie se atreve a dudar de su consistencia.
- 4) La *referencia de lo local*. Habitualmente los eventos que se informan son de afuera (un terremoto ocurrido al otro lado del mundo), pero por supuesto que se atiende a lo que se siente como propio (el asalto a la sucursal bancaria cercana).
- 5) La *contravención de las normas*. Este tipo de información habitualmente se lleva hasta el límite del escándalo (por ejemplo, la información de un elefante que fue atropellado en una autopista llevará a cuestionarse sobre la circunstancia que condujo al animal a estar en el recorrido de una carretera). Todo aquello que transgreda una norma puede ser información que expongan los medios de masas, incluso lo propio.
- 6) Valoración de *la moral*. Es la contravención a la norma pero más cuando se le puede acompañar de una valoración de la moral, por ejemplo, ver en las pantallas de televisión a un político recibiendo dinero indebidamente, contiene un valor moral que sin saber el origen y destino de los recursos, causa escándalo porque la norma en términos de moral dicta que no es algo “bueno”.
- 7) Facilitar al espectador las *posibilidades de formarse una opinión*. Aunque más tarde no se tenga el conocimiento preciso de quien emite una declaración, los medios de masas presentan un escenario

donde la acción queda en manos de las personas, (de ahí que se determina que son las personas “individuos” quienes deciden los contenidos de los medios de masas).

- 8) La exigencia de la *actualidad*. Las noticias se concentran en casos particulares como accidentes, incidentes y alteraciones. De esta manera, los medios de masas se ven obligados a presentar eventos recién sucedidos y darles un seguimiento minuto a minuto actualizando la información, de tal manera que la información que se va adicionando tenga la característica de actualidad y hasta de novedad.
- 9) La *exteriorización de opiniones* que se puede considerar como noticia. En los medios de masas, la noticia no sólo ocurre en la vida cotidiana, sino también pueden venir del interior de los propios medios de masas, que se consideran a sí mismos como espejos y toman lo que sucede en ellos como un acontecimiento que también produce información.
- 10) La *selección rutinaria* que hacen las organizaciones de la información. Hay en los medios de masas una rutina tal, que el tiempo y espacio dedicado a cierta información, depende en mucho del orden que establece la organización, por ejemplo, la mayoría de los programas de noticias están organizados en secciones, abren con una introducción breve, información relevante, nacional, local, internacional, finanzas, deportes, etcétera.

37

Los selectores son operaciones inherentes a los medios de masas. No obstante, si bien puede existir manipulación, el sistema la enfrenta con la distinción *información/no información* y aprende a vivir con la sospecha, construyendo su propia credibilidad (Luhmann 2000: 60).

Los selectores o temas que se abordan en los medios de masas son el resultado de su distinción *autorreferencial/heterorreferencia*, se nutren de ellos mismos, pero también —y aquí la importancia de conocer la comunicación de los medios de masas— de lo que sucede en su entorno. Por eso, cualquier tema que informe puede llegar a sus contenidos, sea

política, economía, religión, etcétera. Los medios de masas dan cuenta, en forma de información, de las operaciones de otros sistemas y operan justamente dando continuidad a este correlato de operaciones. Sin embargo, esto no quiere decir que sean las operaciones de otros sistemas lo que determine las operaciones de los medios de masas, sino por el contrario, cuando un tema es mostrado en los medios de masas, éstos irritan las operaciones de otros sistemas. Por ejemplo, en el caso del derecho, los juicios de valor que se exponen en los medios de masas no son sustento o razón jurídica, el sistema del derecho atiende esos dichos, pero si el propio sistema no los necesita simplemente no los absorbe.

38

En los medios de masas, los temas pueden permanecer el tiempo necesario para que otros sistemas sociales sean irritados. Aun y cuando los temas no sean de interés o propios *de y para* los medios de masas, si cumplen con la condición de garantizar comunicación, entonces estarán ahí presentes. Por ejemplo, el día que un noticiero televisivo que habitualmente presenta noticias financieras no lo haga se podría sospechar que está ocurriendo un descalabro económico. Esto no sucede en el caso de las noticias de ciencia o religión; su propia discontinuidad se traduce como un evento recursivo que mediante el factor sorpresa (información nueva), cada vez que existe una información al respecto, es asumida por la temática de los medios de masas.

Dentro de las operaciones de los medios de masas, éstos buscan la manera de llevar todo tipo de temas al interior de sus contenidos, ya sea mediante la *autorreferencia* o la *heterorreferencia*, pero su comunicación no deja pasar la oportunidad de diferenciarse a través de la distinción *dar a conocer*.

La diferenciación se consigue mediante el acoplamiento a los desarrollos tecnológicos, ya que el uso efectivo de las tecnologías expansivas de comunicación en la modernidad ha provocado que los medios de masas eviten la comunicación entre presentes como ninguna otra forma de comunicación anterior lo había logrado. Así, el esquema e-m-r se convierte en una forma elemental de comprender el proceso comunicativo. Al existir una comunicación planificada que no depende de la interacción entre

presentes y que al mismo tiempo la excluye, produce en los medios de masas un sistema autopoietico que es capaz de producir y reproducir sus propias operaciones y con ello, consigue la clausura operativa del sistema.

Los temas de los medios de masas, se convierten entonces en la memoria de la comunicación; sin embargo, debe reconocerse que, a pesar de la gran capacidad de almacenamiento, los medios de masas se verán obligados a olvidar y recordar «*rápidamente*» (Luhmann 2000: 24), porque la condición de comprometer la continuidad emisión tras emisión, necesariamente exige dejar atrás los temas que no garantizan comunicación para sólo recuperarlos cuando se considere necesario. Por ejemplo, en la época decembrina cuando la información en términos cuantitativos disminuye, los noticieros informativos tienden a elaborar resúmenes de lo “más importante” ocurrido en el año que está por concluir.

39

La información hace visible un evento; no obstante es preciso decir que si bien la información opera en el sistema de la conciencia (los individuos) también provoca comunicación en el sistema de los medios de masas. Así, lo único que permanece en la memoria de corto o largo plazo es lo que hace la diferencia (Luhmann 2000: 29). La unidad de la información es por tanto producto de un sistema y sólo el sistema produce su operación.

Llegamos así a dos presupuestos: el primero, es que la información no se puede transferir de un sistema a otro, en los sistemas psíquicos no es posible transferir información de conciencia a conciencia porque es una cuestión de percepción. Mientras en el segundo, para los sistemas sociales la transferencia de información realmente es una operación del sistema y en todo caso la información fluye en otros subsistemas. La información se transforma en acontecimiento y no se sujeta a la repetición, es decir, la información se convierte en *no información* apegándose en buena medida a la operación de los selectores.

Para los medios de masas, *información/no información* es un código de su propio sistema y su comunicación es lo que hace operar al sistema. Probablemente este aspecto sea fuente de confusión entre quienes han estudiado a los medios de masas y observan a la distinción *información/no información* como una decisión de personas y no como un código.

Los medios de masas tienen características muy peculiares que hacen que su comunicación impacte con una importante notoriedad, o bien, que se diluya de manera dinámica. Para Luhmann, los medios de masas podrían operar bajo el código *nuevo/viejo*, pero esto los haría sumamente cambiantes y dinámicos, ya que prácticamente poca información permanece como nueva, porque en el momento que se informa y se da a conocer, comienza a repetirse de tal manera que en ese proceso la información abandona su condición de novedad. La noticia es noticia en tanto permanece en el lado de la *información* y se convierte en acontecimiento en cuanto pasa al lado de la *no información*.

40

¿Cuánto tiempo permanece un contenido o tema en los medios de masas?, ¿qué factores intervienen para que dure mucho o poco tiempo?, ¿son los individuos (editores, jefes de información, etc.) quienes deciden y definen la vigencia de una información? La verdad se trata de reconocer que es la comunicación lo que provoca, a partir de informar y dar a conocer, comunicaciones que se acoplan en la estructura de otros sistemas sociales y ellos comienzan a operar a partir de estas irritaciones. El tiempo que tarda el tema o el contenido en los medios de masas tiene que ver con las comunicaciones que estén irritando en otros sistemas.

Si la *información/acontecimiento* impacta por ejemplo en el sistema de la ciencia por la comunicación que genera,² se sabe que el tiempo de exposición en los medios de masas será delimitado, no así en un evento donde se irrite a la política, el derecho o a la religión que tiene posibilidades contingentes de mayor duración.

Por tanto, la función de los medios de masas consiste en dirigir la autoobservación del sistema de la sociedad; es decir, indicar la manera

² Recientemente se dio a conocer la noticia de que los neutrinos se desplazaban a una velocidad mayor a la velocidad de la luz, esto hizo que el tema permaneciera mucho tiempo en la agenda mediática ya que de ser cierto, cambiaría muchas de las leyes de la física y del entendimiento del mundo. Sin embargo, cuando otros experimentos demostraron que la medición inicial pudo haber sido un error, el tema ya no ocupó los principales encabezados y se diluyó el interés. El País (2011) "Hallan una partícula más rápida que la luz". Recuperado de <http://www.abc.es/20110923/ciencia/abci-particula-rapida-201109230736.html> Fecha de consulta: 11 de septiembre de 2014.

en la que el mundo es cortado mediante la diferencia. Los medios de masas garantizan a todos los sistemas funcionales una aceptación social amplia y a los individuos les garantizan un presente conocido, del que pueden partir para seleccionar un pasado específico o expectativas futuras referidas a los sistemas (Luhmann 2000). Los medios de masas son entonces un sistema funcional especial de la sociedad que produce y procesa estímulos. Siempre hay la esperanza de que el día de mañana habrá una nueva información, siempre habrá seguimiento al acontecimiento. Los medios de masas mantienen a la sociedad en permanente vigilia porque los otros sistemas de funciones tampoco descansan, siempre están en constante operación y permanecen confrontando a la sociedad con nuevos problemas (Luhmann 2000: 35).

41

Los medios de masas actúan como espejos que permiten a otros sistemas sociales *auto-observarse* y constatar hasta dónde han captado la atención del público. Aunque este espejo es engañoso, pues en el caso de la política sólo aparece en el reflejo de una opinión pública artificiosa producida necesariamente en y por los medios de masas.

Otro concepto de interés es el factor de selectividad que está relacionado con los diez selectores referidos anteriormente. La idea que los medios de masas son manipuladores de la realidad se basa en el supuesto de que son los individuos (jefes de información, directores de noticias, conductores o dueños de las concesiones) los que determinan la jerarquía y validez de la información a presentar. En otras palabras, la fama de censura y sesgo en los medios de masas se ha ganado porque responden a intereses específicos y no necesariamente hacen bien su trabajo.

Si bien esta observación es en gran medida correcta, nuestra reflexión no se encuentra en el nivel de observación donde la noticia es sesgada, sino en un nivel más elevado que nos permite observar a la información con la distinción: *información/no información*, y a partir de ella observar cómo opera la información en los medios de masas y cómo provoca que otros sistemas de funciones se sientan motivados a reaccionar.

En ese sentido, es importante destacar que los medios de masas son autónomos en su selectividad, pero no se debe entender por selectividad

la posibilidad que tienen los individuos de decidir qué es noticia y qué orden jerárquico se le debe asignar; la selectividad debe atribuirse a los medios de masas más bien como la capacidad de hacer probable el hecho improbable. Su operación consiste en seleccionar información y decidir cuándo tomar o poner más información.

42 Los medios de masas trazan las formas funcionales que precisamente los constituyen, a estas formas les llamaremos *campos programáticos*. Por ejemplo, y siguiendo a Luhmann, existen las noticias o reportajes, la publicidad y el entretenimiento; estas tres formas conservan el código *información/no información*, pero cada una a su manera, porque en efecto, al dar a conocer información se convierte en un medio al que se debe recurrir para dar seguimiento a la información.

En el caso de las noticias o reportajes la información juega un papel fundamental. Todos los días se emite un noticiario que en la mayoría de los casos dará cuenta de los hechos noticiosos del día. Es como si los eventos sociales de cada día se ajustaran a la realidad cotidiana para siempre caber en el espacio destinado al noticiario; se ignora qué aparecerá cada día en cada emisión, pero de antemano se sabe que habrá el compromiso de presentar todos los días algo nuevo.

A diferencia del entretenimiento y la publicidad que tienen incluso la posibilidad de crear falsos escenarios, las noticias, en el afán de conseguir credibilidad, exageran y transforman la realidad. Por ello, en los medios de masas surgió la actividad del periodismo como una forma de estabilizar las informaciones (quintándoles la idea de mentiras o de falta de sustento), y darles cierto sentido de credibilidad con el aval del ejercicio periodístico (Luhmann 2000: 41), provocando que las personas que consumen los contenidos de los medios de masas piensen que por la práctica responsable del periodismo se tienen la verdad. Al final, el propio periodismo faculta la posibilidad de corrección. Para los medios de masas, exponer noticias como verdaderas es sinónimo de profesionalismo, en cambio noticias falsas se presume que persiguen y protegen intereses particulares.

Sin embargo, el asunto de *verdad/falsedad* no es una distinción que preocupe a los medios de masas; lo que realmente atiende es el asunto

de la selectividad. Por ello, enfatizamos entender la selectividad no como “elección” de contenidos, sino como la forma que los medios de masas retratan la realidad, ya que no pueden representarla en la misma dimensión, tienen que ser selectivos en su representación.

Los campos programáticos de los medios de masas permiten hacer una observación precisa sobre las operaciones que en ellos intervienen, y por tanto, podemos observar su comunicación. Los acoplamientos estructurales que se llegan a dar con otros sistemas de funciones se pueden observar claramente cuando se identifican estos campos programáticos.

De la misma forma, lo que sucede en los medios de masas no son operaciones de otros sistemas de funciones, sino que mediante las formas de coexistencia de los campos programáticos es como los contenidos sostienen una interdependencia en uno u otro sistema de funciones. Lo que irrita a uno para autoreproducirse, irrita al otro; y esto se lleva a cabo mediante el acoplamiento estructural.

Los medios de masas pueden presentar una noticia que irrite a otros sistemas, como lo pueden ser la política y el derecho, y se observará que al final lo único que los medios de masas han presentado es una información que cumple con la condición de innovación, redundancia, que genera opiniones al respecto y que se aborda desde puntos de vista existentes, hasta llegar a la conclusión de que ha sido tanta la información que se ha presentado, que prácticamente se regresa al principio, y realmente se sabe muy poco o nada del tema.

En la lógica del orden social diferenciado, los sistemas se autobservan, se autoreproducen y clausuran; pero la dinámica, velocidad e incertidumbre que caracteriza a los medios de masas, no permite que se tenga una observación nítida de sus operaciones y por tanto parece normal que hagan política, economía, religión, educación, etcétera. Sin embargo, es importante reconocer que por mucho que los medios de masas lo intenten, no pueden hacer o representar las operaciones de otros sistemas, entre ellos los sistemas psíquicos. Su comunicación va más allá de las decisiones particulares de los individuos.

Los estudios sobre los medios de masas suelen ser pragmáticos e instrumentales (Navas 2011), esto hace que su observación se distancie de la forma en que Luhmann describe a los medios, pues como se ha dicho, la diferenciación de los sistemas no permite que los medios de masas se sirvan de otros sistemas. La política, el derecho, la economía, etc., son sistemas de funciones operativamente clausurados que casi imposibilitan la idea de que una misma operación pueda incidir en uno u otro sistema; de tal manera que lo que ocurre en los medios de masas es la puesta en marcha de su operación propia —y única— mediante el código que lo distingue: *informar/no informar*. De esa forma que estaríamos en condiciones de afirmar —bajo la lógica sistémica— que en los medios de masas no se llevan a cabo operaciones de ningún otro sistema de funciones.

No obstante este axioma suele presentar un alto grado de resistencia reflexiva, ya que si nos ceñimos a la pragmática del análisis mediático, la lógica del sentido común y la percepción cotidiana, difícilmente se acepta la idea de la diferenciación y, por tanto, se asume que los medios de masas sí hacen política, religión, ciencia, derecho, etcétera.

Más de un observador, desde una perspectiva tradicional, ha sostenido que los medios participan del juego de la política, el derecho y el resto de los sistemas sociales, sin hacer la diferencia de sus operaciones y de su propia comunicación. Probablemente por esta razón y por la idea de que los medios de masas operan en función de intereses específicos, se sostiene que no hay lugar para una diferenciación de operaciones, y por tanto, estos alojan operaciones ajenas a su sistema.

La perspectiva tradicional primero observó en los medios de masas un peligro moral y posteriormente descubrió sus posibilidades funcionales,³ la línea que los divide del resto de los sistemas de funciones es frágil o incluso invisible. Ante ello, la percepción que tenemos de los medios de masas de

³ A finales del siglo XIX y principios del XX cuando los medios de masas comenzaron a experimentar su auge, la reacción que se tuvo frente a ellos fue de miedo ante la desconocimiento de sus efectos y, por tanto, se comenzó a actuar de forma distinta porque se consideró a los medios de masas como un peligro desde la moral. Sin embargo cuando se les utilizó como propaganda política se hizo evidente su potencial social.

hacer política, derecho, etc., en su interior, se debe a que están cercanos a la periferia de la modernidad (donde los procesos evolutivos han marchado en velocidades distintas), y no es fácil observar esa frontera divisoria. Por eso creemos y damos como una actividad común que los medios de masas tomen una postura frente a eventos, políticos, jurídicos y hasta de escándalo. Lo que hace suponer que hay una distancia entre la teoría y la realidad. Sin embargo, si elevamos la observación a un nivel de segundo orden o mayor, estaremos en posibilidades de identificar con claridad el escollo que nos presenta la comunicación de los medios de masas cuando operan por un lado en el centro y por otro en la periferia de la modernidad.

Para observar las operaciones de los medios de masas, es necesario asumir con seriedad su semántica, identificándolos sólo como *medios de masas* y no pensar en ellos como: televisoras, radiodifusoras o casas editoriales, con nombre y apellido, porque si eso fuere, ya no estamos hablando de medios, sino de empresas mercantiles que responden a intereses económicos, políticos, etcétera;⁴ esto nos permitirá tener mejores elementos de observación y análisis.

45

LA REALIDAD CONSTRUYE INTENCIONALIDAD

Los medios de masas construyen realidad donde se construye creencia y la creencia que predomina en la periferia de la modernidad es que los medios de masas participan de las operaciones de otros sistemas y viceversa. Probablemente esta sea la mayor resistencia que se encuentra al intentar describir su dinámica en países donde las televisoras y medios afines se han apoderado literalmente de hábitos y formas culturales, económicas, políticas y jurídicas, y principalmente de la construcción de la realidad. Cuando se habla de medios de masas, aparece una intencionalidad subrepticia que limita su adecuada observación, pues siempre se vive bajo la sospecha de que algo persiguen o que tienen un interés determinado y específico.

⁴ En el caso de México no es lo mismo decir, los medios de masas manipulan la información, a decir, la empresa Televisa o Tv Azteca, manipula la información.

Luhmann se pregunta: *¿cómo es posible aceptar informaciones sobre el mundo y sobre la sociedad como si se trataran de informaciones sobre la realidad, cuando se sabe cómo se produce esta información?* (Luhmann 2000: 173).

La clave es que, de cierta manera, los medios de masas son transparentes y nítidos en sus operaciones, así que fácilmente podemos saber el *cómo* se produce la información. Sin embargo, las estructuras mediáticas han construido la idea de que lo mismo no es lo mismo, sino algo nuevo, y por tanto, difícilmente podemos conocer la naturaleza de la información.

46 Ante ello, la identificación de los campos programáticos cobra sentido, pues si aceptamos que la unidad de los medios de masas está soportada en tres campos programáticos: *noticias/reportajes, publicidad y entretenimiento*, se logra observar la diversidad de estos modos de comunicación que operan de la misma forma en periódicos, radio y televisión, produciendo una realidad de fondo “de la que se parte para perfilar, con opiniones personales, pronósticos sobre el futuro, o preferencias” (Luhmann 2000: 95-96). Así, cuando emergen las opiniones, éstas se traducen como enfoques intencionales que pretenden dar carácter (o sesgo) a la información; sin embargo, es importante rescatar que la función social de los medios de masas no se encuentra en la totalidad de la información que contienen (y lo que ésta pueda generar posteriormente entre los individuos) sino en la memoria que con ello se crea.⁵

Los medios de masas son de alguna manera la memoria más visible de las comunicaciones de la sociedad, aunque paradójicamente es la más efímera. En su distinción *memoria (recuerdo)/olvido (de la memoria)*, la función de la memoria está más en el olvido que en el recuerdo. Si pensamos por ejemplo en el arte, el éxito del artista no depende de su creatividad, sino en todo caso de la memoria del sistema; algo similar ocurre en el sistema de los medios de masas, la información con mayor escándalo se queda en la memoria del sistema, no así las noticias del clima, la ciencia, etc.

⁵ Luhmann hace notar que esta función es similar a “como la función de la economía no está en la creación de riqueza, ni de la política en la detentación del poder.”

Por esa razón diríamos que los medios de masas persisten en trabajar en su propia desacreditación. La misma dinámica de su operación abre un margen para comentar, discutir, opinar, replicar o corregir, etc., sin aceptar que lo definitivo son los selectores (temas) y no las opiniones; al final de todo ello, se sabe que no se sabe nada (Luhmann 2000: 101). De esta manera, los medios de masas son administradores de la ignorancia y, podríamos entonces concluir, construyen una realidad basada en informaciones sobre sí mismos y que —para bien o para mal— producen y reproducen un conocimiento del mundo.

La sospecha de manipulación es una construcción de realidad que apenas y alcanza a distinguirse debido a que no hay forma de clarificar cuándo se informa y cuándo se comunica, dando por resultado una sospecha permanente que “no puede ser resuelta en la comunicación, mediante una distinción adecuada” (Luhmann 2000: 113). En estas circunstancias, el escándalo juega un papel relevante, pues en el afán de presentar información como nueva, como lo dictan los selectores, y que de alguna manera se sostenga en las operaciones de los tres campos programáticos, los medios de masas recurren a la moral que a su vez interviene en ellos como forma suplementaria que dará balance a la selectividad que estos ofrecen. La realidad se construirá, entonces, a partir de la persistente reproducción de lo que es y se le opondrá lo que debería ser, dando por resultado que *la realidad real es de otra manera* (Luhmann 2000: 117).

Con ello, la sospecha de que los medios de masas tienen una intencionalidad subrepticia es parte de esa construcción de la realidad que, por un lado, con la selectividad y, por otro, con el uso de la moral, dificultan la posibilidad de encontrar un efecto común que cause un fundamento en la definición del propio sistema. Por ello, resulta viable observar que los medios de masas construyen “un horizonte de incertidumbre que debe ser alimentado siempre por más información” (Luhmann 2000: 120).

Los medios de masas discurren entre informar y comunicar, entre el “qué” y el “cómo”, pero observar la diferencia entre una y otra acción permite llegar a “comprender”, en el sentido de infinitas posibilidades de

exploración del lado de la información, y de los motivos que acompañan el acto de comunicar (Luhmann 2000: 123). Esta distinción no es fácil de observar cuando se está en la periferia de la modernidad, ya que no existen los presupuestos suficientes para establecer una observación de segundo orden. En la modernidad, la falta de claridad entre informar y comunicar, ha sido de cierta forma resuelta por los medios de masas quienes han venido a sustituir la observación que antes estaba depositada en formas de vida privilegiada, como sacerdotes, nobles, sabios, viejos.

48

El sistema de los medios de masas, es un sistema complejo en el que han intervenido procesos civilizatorios que, de cierta manera, han caracterizado a la sociedad moderna. Aprovechan todo aquello que ocurra dentro de sí para autorreproducirse, pero también echan mano de algunas irritaciones (acoplamientos) que transitan en su entorno y que pueden fácilmente dialogar con sus campos programáticos. En cierto sentido, los medios de masas son inocuos, pues a pesar de que constantemente se les adjudique una intencionalidad provocativa que desequilibre la dinámica de otros sistemas, prácticamente su operación se limita a construir la realidad a partir de —sólo información— que active la actividad de sus campos programáticos.

CONCLUSIONES

En definitiva si algo caracteriza a la modernidad⁶ es la llegada de los medios de masas. Con ellos, hemos conocido el mundo —con todo lo que ello implica—. Sin embargo, los medios de masas son relativamente jóvenes si los comparamos con el paso histórico de los individuos y las diferentes formas de organización social que se ha experimentado a lo largo de la existencia del hombre. Por tanto, es importante destacar que los medios de masas modernos han alcanzado una alta sofisticación.

⁶ Si la sociedad moderna se da a si misma el título de “moderna”, lo que hace es identificarse con ayuda de una relación de diferencia con respecto al pasado. Se identifica, pues, en la dimensión temporal. (...) los caracteres actuales de la modernidad no son los de ayer ni los de mañana, y en esto consiste su modernidad. Cfr. Luhmann 1998:133.

A la fecha, no se cuenta con suficiente evidencia histórica que permita conocer con exactitud las razones sociales del porqué surgieron los medios de masas. En realidad eso sería una discusión estéril, ya que lo importante es saber cómo la sociedad —como sistema— se sirvió (y se sirve) de ellos para diferenciarse.

Los medios de masas son un recurso de reducción de complejidad, surgen como un orden social emergente con estructuras comunicativas diferentes a las anteriores, superan a la oralidad donde tiempo y espacio son determinantes, también despuntan de la imprenta y su condición de reproductibilidad. Además, modifican las condiciones de espacio, tiempo y establecen las estructuras de la masividad despojándose de las presencias para dar paso a las ausencias. La tecnología ha colaborado en mucho a hacerlos más sofisticados y por tanto mucho más visibles, aunque en el fondo conservan una actividad muy particular: la producción de sentido.

49

La televisión, por ejemplo, ha experimentado un importante desarrollo. La combinación de sonido con imagen, es una de las mejores experiencias que ha vivido la humanidad. La distinción *paleo/neo* televisión que introdujo Umberto Eco (1986) en la década de los años ochenta, sirvió para reconocer que la televisión comenzaba a tener una “historia”; una historia que más tarde Eliseo Verón anunciaría su inevitable desaparición.⁷

La televisión ha gozado de la gloria que ningún otro medio de masas ha tenido. El epígrafe del libro *Televisión y vida cotidiana* de Silvestone (1994) es más que ilustrador: un niño se quita la vida porque el padre le prohíbe ver la televisión y el infante antes del suicidio deja una nota: “*En mi corazón llevaré mi televisor conmigo*”. Algunos analistas sostienen que la televisión determina no sólo las relaciones sociales, sino también la conducta de los individuos quienes se exponen a ella, ya que su poder es tan estridente que no podemos sustraernos de su presencia; ante su programación se crea un sentido de dependencia. Sin embargo (visto desde la teoría luhmanniana), esto es relativo, en efecto los individuos

⁷ Entrevista a Eliseo Verón realizada por Carlos Scolari y Paolo Bertetti. Publicada en *MEDIAMERICA. Semiotica e analisi dei media a America Latina*, Cartman Edizioni, Torino (Italia), 2007.

reciben fuertes dosis de información proveniente de la televisión, pero su comportamiento individual no lo determina *únicamente* la exposición televisiva, sino una compleja red de relaciones sociales que impactan en su conciencia.

50 Por otro lado, en la prensa escrita el campo noticias y reportajes ocupa su actividad principal. Recordemos que el periodismo es un orden emergente capaz de estabilizar la información y otorgar cierto sentido de credibilidad o veracidad a la noticia. A diferencia de la radio y la televisión que por su poder de penetración son los medios que viven bajo la sospecha de manipulación, la prensa escrita ha fomentado la idea de ser quien presenta las noticias como “verdaderas” y por tanto, con profesionalismo; no obstante, esto no quiere decir que como “medio” se escape del todo a la sospecha, y a pesar de no ser un medio de alta tecnología como la radio y la televisión, la prensa opera desde el código *informar/no informar* y sólo se diferencia de los otros medios por su forma de distribución.

Por consiguiente, a pesar de la notoria manipulación que existe de y en los medios de masas, estos no son para nada “instrumentos” manipulados por la conspiración o la intriga. Se trata en todo caso de un subsistema social o mejor dicho de una diferenciación por funciones de la sociedad misma (Luhmann 2000: 3) que permite descubrir o conocer que la comunicación de los medios de masas no significa resolver su manipulación o su comportamiento, sino por el contrario, su diferenciación da pie a comprender el papel estabilizador que tienen en la sociedad.

Lo que tenemos entonces, es una serie de cadenas de distinciones que se enlazan para poder observar en órdenes primario y/o secundario, cómo es la comunicación de los medios de masas y cómo opera en la lógica sistémica. Además, lo anterior nos permite dimensionar y entender de diferente manera el problema de la manipulación, pues concluimos que no es en ningún sentido una distinción de los medios de masas.

La distinción *autorreferencial/heterorreferencia* en los medios de masas es una actividad que el resto de los sistemas sociales y el acoplamiento con los sistemas de conciencia alimentamos día con día. Constantemente los

medios de masas son irritados por todo lo que sucede en el entorno de su sistema. Así, sabemos que los individuos nos acoplamos estructuralmente a los medios de masas de una forma altamente compleja (Luhmann 2000:108-110) como resultado de las inconmensurables individualidades existentes. Para los medios de masas los individuos no somos la suma de personas, sino en todo caso, somos considerados como un constructo social.

En esa lógica, es necesario reconocer lo improbable que resulta que sean los individuos quienes ejerzan un dominio o control sobre la *comunicación* de los medios de masas; además de aceptar que tampoco tenemos injerencia (individual) en la determinación de los temas que son seleccionados y presentados en función de la generación de sentido que producen o en formas simbólicas dispuestas a ser consumidas.

51

Si nos quedamos con la idea de que los medios de masas son un sistema funcional, diferenciado y autoclausurado, tenemos entonces que su selectividad no es tocada por la mano del individuo. La fuerza de la información se impone por encima de cualquier decisión humana y lo que presentan son contenidos que cobran forma en cada uno de los tres campos programáticos revisados: *noticias-reportajes, publicidad y entretenimiento*. Sin embargo, debo insistir, no se intenta decir que los individuos no participan en la producción de los contenidos de los medios, es decir, las imprentas, los micrófonos, las cámaras de televisión, etc., no se manejan mecánicamente sin la intervención del intelecto humano, por supuesto que hay personas detrás de los instrumentos; pero la referencia es que hay información que se genera en lo social que nada ni nadie podría evitar o detener.

Así, los medios de masas como sistema social diferenciado, deben observarse al menos desde un nivel de segundo orden, para distinguir plenamente su comportamiento social, porque de lo contrario, la perspectiva de observación que la tradición nos ha heredado es visualizarlos como empresas mercantiles con particularidades y especificidades. Habitualmente, los analistas en materia de medios de masas expresan: “los medios de comunicación manipulan la información”, cuando en

realidad en el fondo están diciendo, la empresa televisiva o radiofónica determinada manipula la información; pero no los medios de masas: su mirada (estructura) no alcanza a observarlos, apenas los percibe.

52 A esta alturas seguro puede persistir la idea de que los medios de masas son entidades políticas o instrumentos hegemónicos; pero eso —insisto— es una percepción, o quizá en último término un problema de semántica que se da en la periferia de la modernidad donde prevalece la desdiferenciación y por tanto no es claramente observable la diferenciación funcional. Pero si ponemos énfasis en identificar los rasgos que caracterizan a cada uno de los selectores de los medios de masas —porque son ellos los que alimentan su autopoiesis—, sabremos entonces que siempre tendremos *información/no información* que presente novedades, conflictos, referencia local, contravención a las normas, generación de opiniones, etc. Ello deja en un nivel secundario la existencia de intereses particulares de las empresas mediáticas, que dicho sea de paso, operarán con otras distinciones.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión*. Lumen. Barcelona, España.
- Habermas, J. (1989). *Teoría de la acción comunicativa*. Cátedra, Madrid.
- Luhmann, N. *Complejidad y modernidad: de la unidad a la diferencia* (trad. Josexto Beriain y José María Blanco). Trotta. Madrid 1998.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Anthropos, Universidad Iberoamericana. México.
- Luhmann, N. (2007). *La sociedad de la sociedad*. (trad. J. Torres Nafarrate) Herder. México. 2007.
- Navas, Alejandro. (2011). “Los medios de comunicación de masas a la luz de la Sociedad”. En Torres Nafarrate, & Rodríguez Mansilla, *La sociedad como pasión* (págs. 127-150). Universidad Iberoamericana. México.
- Schützzeichel, R. (2004) *Soziologische Kommunikationstheorien*. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz. Trad. Torres Nafarrate, Javier. (En proceso de impresión).
- Silverstone, Roger. (2004). *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu Editores. Buenos Aires, Argentina.