

## Trabajo Fin de Grado

Los medios de comunicación y la sociedad del riesgo: una  
aproximación sociológica al papel de la comunicación  
masiva en la sociedad

Autor

Miguel Valenzuela Santolaria

Director

Daniel Horacio Cabrera Altieri

Departamento de Lingüística General e Hispánica  
Facultad de Filosofía y Letras  
2012

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
1.- EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LA SOCIALIZACIÓN: HACIA UNA NUEVA FORMA DE EXPERIMENTAR EL MUNDO .....	6
1.1.- Del periodismo a la comunicación de masas .....	6
1.2.- Cambios en las fuentes de socialización .....	9
2.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MODERNIDAD .....	11
2.1.- La sociedad postradicional .....	11
2.1.1.- La experiencia mediática y la destradicionalización: la disolución de las clases sociales.....	11
2.1.2.- La individualización masiva y la penetración de los valores posmodernos	14
2.2.- La sociedad del riesgo .....	15
3.- LA PERCEPCIÓN MODERNA Y LA SOCIEDAD DEL RIESGO .....	19
3.1.- La modelación mediática del riesgo, el peligro y la incertidumbre .....	19
3.2.- Los medios como productores de confianza y seguridad .....	21
3.3.- Los medios como instrumentos de clasificación .....	23
3.4.- La división de la realidad en subsistemas .....	27
4.- CONCLUSIONES .....	30
BIBLIOGRAFÍA.....	35

## INTRODUCCIÓN

Creo fundamentalmente en la perspectiva como principio para comprender la vida y los problemas que vivirla acarrea. Esta concepción de la perspectiva se resume en situar bajo cualquier circunstancia los sucesos que afectan al mundo que me rodea en el contexto que requieren; después, reciben mi atención en relación a su importancia. Se colige, pues, que la perspectiva consiste principalmente en un problema de jerarquización, solo posible bajo una constante reflexión y bajo la consecuente ordenación de cada ámbito de conocimiento dentro de una cosmología global y libre de prejuicios.

Mi formación académica como periodista hace converger mi modo personal de filtrar la realidad con la obligación de primero comprenderla para, después, narrarla. El mundo existe antes y después de nuestra propia existencia, nuestra visión del entorno se aprende pero nunca se completa. Dadas las circunstancias, mi prioridad —y, en mi opinión, la de cualquier periodista que se considere digno de llamarse así— es comprender la realidad desde sus mismas bases, las causas de su estructuración y de qué modo esta se materializa en la sociedad.

No resulta sencillo ni cómodo cursar una carrera durante una juventud marcada por el cambio; es un proceso funesto comenzar unos estudios en un mundo calmado y amable y terminarlos en un otro completamente distinto. Un camino titubeante, lleno de incertezas y de presión, de interrogantes sobre las mismas raíces de las creencias; frente al humo que nubla y distorsiona el ambiente en que vivías, aprendes sobre materias ancladas en otra época que se tornan un sinsentido. Los paradigmas que rigen el conocimiento inculcado en la universidad se resquebrajan a medida que la realidad los desmiente.

La formación periodística vive en el filo constante del desembarco en lo digital. Se genera literatura y debates que se eternizan acerca de la rentabilidad del oficio en los nuevos soportes. Cómo, qué; técnicas, géneros, atrapar al lector, la publicidad en Internet. El periodismo que se instruye vive amordazado por los criterios económicos; balbucea y balbucea pidiendo clemencia a la rentabilidad del negocio y en sus súplicas por sobrevivir olvida de su dignidad, su identidad, su razón de ser. El periodismo se debe a sí mismo; capitular ante cualquier otra circunstancia lo convierte en *otra cosa* distinta del periodismo. De nada sirve un periodista con una formación multidisciplinar si se ve obligado a elegir entre ese dominio de la técnica y la búsqueda innegociable del porqué que se esconde en cada respuesta, del origen, de la causa primera. Decantarse entre estas dos opciones no es decisión de nadie o no debería serlo. El

único criterio que el periodismo ha de seguir es la propia lógica de la existencia del periodismo y el papel que se le exige en la sociedad.

Las crisis de cualquier tipo destapan las contradicciones de la sociedad moderna; las económicas son las más esclarecedoras porque afectan transversalmente a la población y generan una sensación de descontento que se expande con cada día que duran. En la bonanza económica todos los intereses conviven, por eso crean personas narcotizadas y acríticas: *todo va bien para todos*; cuando el contexto económico provoca el conflicto entre los intereses de distintos miembros de la sociedad, se evidencian las jerarquías que aún perviven.

El periodismo no queda al margen de estos cambios porque su existencia está ligada a la posesión del *cuarto poder* y desempeña un papel protagonista en la sociedad. Cuatro años de crisis económica han sido más que suficientes para que la decepción se haya apoderado de parte de la población España y se cuestionen abiertamente las bases del modelo social. Los medios de comunicación principales, en teoría plurales y al servicio tanto de las mayorías como de las minorías, no se han hecho eco de este malestar; más bien, lo han tratado por sus formas y han obviado sus causas. No se puede excusar esta actitud en la *imparcialidad* del punto de vista periodístico cuando es este mismo punto de vista el que está en entredicho.

El filtro de los medios de comunicación se ha basado en los criterios que preconiza la sociedad del bienestar, los mismos que la crisis pone en tela de juicio. Esta constituye una postura irremediabilmente ideológica que han compartido todos los medios informativos. Por supuesto, sería ingenuo aludir a una especie de *maldad intrínseca* de los periodistas; esta actitud responde simplemente a la naturaleza empresarial de los periódicos, emisoras y cadenas de televisión, dominadas por grandes conglomerados.

Sin embargo, quizás se puede tachar de irresponsables o inconscientes a los periodistas por no considerar en su justa medida el gran poder que tiene la difusión de su punto de vista en un contexto de *comunicación de masas*. A los estudiantes de periodismo se les instruye acerca de esta característica de la comunicación moderna marcada por la existencia de enormes empresas de comunicación que permiten la difusión a gran escala de la información. Pero se hace como algo abstracto, como una realidad que no afecta demasiado a la profesión, como una materia secundaria. No se profundiza en la insoluble relación entre el mundo que muestran los medios de comunicación —con su parcial imparcialidad— y la configuración de la sociedad.

El presente trabajo versa sobre ese vacío conceptual: aspira a explorar, de forma introductoria, el porqué de la gran influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad moderna y a ofrecer una dimensión general del problema, que

indique por qué es importante conocerlo de forma detallada. A un periodista, para *dar una información*, le basta con observar un suceso y narrarlo, lo que se denomina como una observación de primer orden. Si lo que pretende el periodista es *informar*, necesita —de forma imprescindible— colocar esta información en relación a una visión global de la sociedad. Esta visión no se puede presuponer porque, como ya he mencionado, nadie nace aprendido. La visión global solo se alcanza a través de una observación de segundo orden liberada de cualquier prejuicio o idea del mundo preconcebida.

La ciencia social de la observación de segundo orden por excelencia es la sociología. Creo que es importante que el periodismo se acerque —tanto como sea necesario— a esta materia para comprender la sociedad y, sobre todo, para comprender su papel dentro de ella. Por tanto, esta es la línea que se sigue a lo largo de este ensayo en la que, en primer lugar, se justificará por qué la realidad del periodismo —de los grandes medios— solo puede entenderse dentro del contexto social ligado a la comunicación de masas, dada la evolución histórica de esta y los cambios en la socialización; en segundo lugar, se mostrará la visión que da la sociología sobre la sociedad moderna; y, en último lugar, se atenderá a la relación necesaria entre los medios de comunicación y algunas características cruciales de la sociedad moderna, debida a la naturaleza masiva de estos medios de comunicación y a su posesión por parte de enormes organizaciones empresariales con intereses concretos.

Para finalizar el trabajo he redactado una serie de conclusiones abiertas acerca de algunos de los temas que se bordean durante el trabajo pero no se llegan a desarrollar en el cuerpo principal. Todos coinciden en que son distintas formas de plantear una salida a la modernidad: la modernización reflexiva de Ulrich Beck, la aparición de Internet y la renovación del papel del periodismo y los periodistas.

## **1.- EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LA SOCIALIZACIÓN: HACIA UNA NUEVA FORMA DE EXPERIMENTAR EL MUNDO**

El primer paso de este trabajo se centra en consolidar un punto de partida concreto que no se puede dar por sabido, puesto que incurriría en el mismo error que se trata de subsanar. En este caso, quiero explicar las variaciones en la transmisión de contenidos simbólicos que la sociedad ha experimentado desde el surgimiento del periodismo y cómo estos han hecho cambiar la manera en que las personas comprenden el mundo. Por tanto, acudo a las dos fuentes principales de información sobre el entorno —de contenido simbólico— de que disponen las personas: por un lado, los medios de comunicación y, por otro, la socialización.

Aclaro que no se aborda la aparición de Internet, que tiene un modelo comunicativo complejo que aún continúa definiéndose y cuya influencia sobre la sociedad apenas ha dado sus primeros síntomas —desde una perspectiva histórica, a pesar de su creciente importancia en la actualidad—.

### **1.1.- Del periodismo a la comunicación de masas**

La actividad periodística y comunicativa no ha quedado al margen de las profundas mutaciones que el paso de los siglos ha provocado en la organización socioeconómica; sin embargo, su concepción idealizada continúa enfocada hacia el mismo horizonte: pensadores liberales del siglo XIX como Jeremy Bentham, James Mill y John Stuart Mill (Cfr. Thompson 1998: 306) ya confiaron en el «cuarto poder» como contrapunto crítico a los posibles abusos del poder estatal. La prensa había de convertirse en un espacio libre e independiente que recogiera los puntos de vista de sectores de los diversos estamentos y tendencias ideológicas como forma de enriquecer la sociedad y la democracia.

Esta concepción de la prensa aún encuentra una defensa férrea en las Facultades de comunicación, escuelas de Periodismo y redacciones, en boca de periodistas y aspirantes a serlo. Se ha convertido en una máxima que legitima, al fin, el vertido de todo tipo de narraciones de la realidad en la esfera pública —en ocasiones, contradictorias entre sí a pesar de abordar la misma noticia<sup>1</sup>—. Entiéndase que nada se puede objetar al anhelo de que el periodismo concentre su actividad en ejercer como perro guardián; sin embargo, el panorama mediático ha sufrido vastas y

---

<sup>1</sup> En la revista satírica *El Jueves*, por ejemplo, se puede encontrar una sección llamada «El día y la noche» que recoge titulares totalmente opuestos de distintos periódicos sobre un mismo suceso.

determinantes modificaciones desde el siglo XIX. Equiparar la teoría a la práctica periodística es un engaño que se blande como argumento habitualmente para disfrazar de crítica independiente discursos que esconden intereses —políticos y económicos— cuya relación con la libertad resulta, como poco, cuestionable. Se hace necesario entender el periodismo dentro de la comunicación de masas.

El germen del periodismo se asocia, como una gran cantidad de las innovaciones y modificaciones del mundo desde el siglo XV, a la invención de la imprenta de Johannes Gutenberg, que permitía la reproducción de documentos escritos a una escala mucho mayor que la copia manual. Esta invención cambió por completo la comunicación en la sociedad, aunque sufrió una evolución progresiva.

La Iglesia y las monarquías, los poderes predominantes en el mundo durante la Edad Moderna, trataron de controlar esta innovación en cuanto abrieron los ojos a su poder. Pero las características de la imprenta provocaron un vendaval de cambio que resultó imposible de contener. Las editoriales se multiplicaron como una infección de ratas para las que no se dispone de suficientes trampas; el contrabando de libros desbordaba las redes de la censura. El conocimiento se expandió a pesar de los esfuerzos de los gobernantes.

El comercio y el intercambio cultural entre diversos territorios se intensificaron. Progresivamente se unificaron las unidades de medida del espacio y tiempo para coordinar la actividad entre lugares alejados tanto fuera como dentro de las fronteras. Se expandieron diversas redes de comunicación, entre ellas el correo.

Las personas que trabajaban en el correo recorrían largas distancias entre lugares alejados; al regresar del extranjero, relataban los sucesos que ahí ocurrían, como las constantes guerras. Estos relatos comenzaron a recopilarse en publicaciones, pocas en el origen. Estas publicaciones comenzaron a incluir acontecimientos de su propio ámbito territorial y a salir a la luz de forma periódica. En este proceso nació el periodismo.

Cuando los periódicos aún gateaban, había un gran número de cabeceras con tiradas que, como mucho, llegaban al millar en las grandes ciudades. Sin embargo, a lo largo del siglo XIX esta forma de periodismo se transformó debido a dos factores: por un lado, las innovaciones en la imprenta; por el otro, el enfoque cada vez más acusado del periódico como un producto comercial.

Las mayores tiradas que permitía la progresiva innovación amplió el número de lectores, lo que provocó que la publicidad asumiera un papel cada vez más importante. A medida que aumentaba la necesidad de financiación y la publicidad ocupaba el espacio de las noticias en los periódicos, estos se transformaron en soportes para la venta de artículos que se dirigían a un público concreto. Las noticias empezaron a

tener en cuenta el perfil de sus lectores y la necesidad de aumentar su número en la medida de lo posible. Poca duda cabe acerca de si *vertientes periodísticas* como el populismo, el amarillismo, la prensa del corazón y demás flirteos de la información con el morbo son los hijos bastardos de esta relación.

Simultáneamente, la búsqueda de más lectores y el crecimiento de las tiradas supusieron requisitos económicos cada vez mayores para el mantenimiento de una imprenta. Las editoriales o imprentas como modelo de negocio familiar dejaron paso progresivamente a la llegada de grandes empresas y concentraciones de capital. El hijo bastardo de esta evolución aún sigue con vida en la actualidad y se suele denominar como conglomerado mediático.

Al final de esta historia en la que el triunfo del capitalismo juega, como siempre, un papel fundamental, nos encontramos nosotros y el periodismo que nos toca vivir: la convergencia de la información y el beneficio económico como objetivo, hasta convertirlos en un producto —comercial— que los mezcla de manera indisoluble; y, más importante, la cristalización de la relación de dependencia de las redacciones y medios periodísticos con las —grandes— empresas que los poseen o con las instituciones que subvencionan su actividad a través de la publicidad.

Un camino parecido, con sus propias y complejas particularidades, es el que ha recorrido la cultura: desde la confianza en la ilustración del pueblo a través de la reproducción y distribución a gran escala de conocimientos de todo tipo hasta su explotación comercial por parte de grandes empresas —frecuentemente ligadas a las que poseen periódicos y cadenas de radio y televisión—.

Tan parecidos son sus caminos que la evolución histórica de la cultura y el periodismo que, aunque han desembocado en nuevos paradigmas en cada caso—la cultura de masas y los medios de comunicación masiva—, ambos se reúnen dentro de la familia de la *comunicación de masas*, definida por Thompson como «la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico» (Thompson 1998: 46-47).

El pensamiento de que los grandes conglomerados empresariales<sup>2</sup> en que se sustentan los medios responden solo a las necesidades estructurales de surtir de contenidos a una audiencia masiva —potencialmente, de cientos a miles de millones de personas— incurre en una postura ingenua y desligada de la realidad. Las empresas, dada su naturaleza capitalista, persiguen la continua obtención de beneficios económicos y la perpetuación en el tiempo de su poder. Hay que destacar

---

<sup>2</sup> En 2007 el grupo Time Warner, el mayor conglomerado mediático mundial, poseía AOL, HBO, Warner Bros, Time Magazines o CNN, entre otras, y facturó 29.834 millones de dólares. El tercer mayor conglomerado mediático del mundo lo poseía General Electric según la versión electrónica de *El Confidencial* ([http://www.elconfidencial.com/noticias/noticia\\_21929.asp](http://www.elconfidencial.com/noticias/noticia_21929.asp))



que este poder es enorme y sobrepasa por mucho el ámbito económico hasta el punto de encontrarse en la posición de someter gobiernos —no se necesita un gran esfuerzo intelectual para encontrar un ejemplo de esto en la actualidad de España<sup>3</sup>—.

Para dibujar un panorama que se adecue de forma justa al enorme poder que constituye dominar la producción y distribución de contenido simbólico es necesario repasar, igual que la evolución de los medios de comunicación, las mutaciones que las sociedades modernas han sufrido en la socialización respecto a épocas anteriores.

## **1.2.- Cambios en las fuentes de socialización**

Para trazar un panorama sobre las formas actuales de socialización y su evolución, primero hemos de definir qué es la socialización. De una manera breve, la socialización se refiere a la interiorización —apropiación— que hace el individuo del conjunto de informaciones y conceptos que le sirven para comprender el mundo exterior.

La interiorización se produce en el intercambio comunicativo —bajo cualquier contexto—, ya que cuando se recibe un mensaje, hay que decodificar su contenido; para emitir un mensaje, también hay que codificarlo para que el interlocutor pueda entender su contenido. Los códigos no se emplean solo para codificar o decodificar el mensaje dependiendo de las características del soporte —canal—; a su vez, requiere una adecuación al contexto social para el que se requieren «varias formas de conocimiento y presuposiciones que comprenden parte de los recursos culturales que se dan durante los procesos de intercambio» (Thompson 1998: 45).

Pero esta interiorización de los códigos —sociales y culturales— no se limita al intercambio entre interlocutores sino que también «dan forma a la manera en que entienden los mensajes, se relacionan con ellos y los integran dentro de sus vidas» (Thompson 1998: 45). La socialización supone un proceso crucial para configurar la percepción que el individuo tiene del mundo.

La socialización, pues, requiere la participación activa del individuo, que negocia continuamente con el entorno el contenido de los mensajes que recibe y transmite de acuerdo a unas aptitudes aprendidas. Si bien es cierto que estas aptitudes pueden encontrar su origen en peculiaridades de la personalidad de cada sujeto, normalmente se nutren de la experiencia con el entorno que transmite mensajes, de

---

<sup>3</sup> El mensaje tranquilizador que se da desde el gobierno español frente a la crisis económica suele ser parecido al titular de esta noticia del diario ABC en su edición electrónica: «España ha dado un mensaje de coherencia y unidad a los mercados» (<http://www.abc.es/20121003/espana/abci-conferencia-presidentes-autonomicos-201210031213.html>)

manera implícita, sobre constructos sociales e históricos: «un mensaje no puede significar cualquier cosa» (Thompson 1998: 66) y siempre se supeditará, en mayor o menor medida, al conocimiento compartido que se presupone en un entorno concreto.

El flujo de contenidos simbólicos que explican el mundo de los que se nutre la socialización ha dependido a lo largo de la historia de un pequeño grupo de instituciones: la iglesia —contenidos religiosos—, las escuelas, universidades y demás organizaciones educativas —conocimiento, habilidades y competencias— y las instituciones mediáticas. Antes de la llegada de la imprenta, por ejemplo, la reproducción de libros y documentos se realizaba a mano en monasterios y órdenes clericales; asimismo, la Iglesia fue la única institución educativa durante mucho tiempo. De ahí que el esfuerzo por controlar las imprentas previamente descrito intentara mantener este monopolio sobre la producción de contenido acerca del mundo.

Llegados a este punto se hace necesario remarcar de nuevo un aspecto de la concentración empresarial y su magnitud: son entidades privadas enfocadas a la consecución de objetivos propios que han desarrollado enormes redes de comunicación que llegan a gran parte de la población mundial. También están formadas por grandes concentraciones de capital con mucha influencia, tanto es así que «los Estados-nación están cada vez más incorporados a redes de poder (económicas, políticas, coercitivas y simbólicas) que se extienden más allá de sus fronteras y que limitan, en una medida que varía mucho de un país a otro, el margen de maniobra de los gobiernos nacionales democráticamente elegidos» (Thompson 1998: 324).

Nos encontramos con que el poder político, del Estado —que también posee el monopolio del poder coercitivo y de instituciones mediáticas como la educación—, se supedita al poder económico, en manos de los grandes conglomerados empresariales transnacionales que, de facto, también atesoran un gran control sobre el poder simbólico. Es decir: por un lado, los medios de comunicación distribuyen a gran escala sus propios contenidos simbólicos que son, lógicamente, favorables al *statu-quo* y las relaciones de poder actual; por otro lado, el resto de instituciones mediáticas repiten las mismas consignas o, en el mejor de los casos, mantienen posturas acríticas.

El resultado de esta evolución paralela e interrelacionada de los medios de comunicación y las fuentes de socialización ha desembocado en un nuevo paradigma de relación social y de percepción del mundo que se aborda en el siguiente apartado.

## **2.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MODERNIDAD**

En esta segunda parte comenzamos a relacionar las dos vertientes de las que se nutre este trabajo. Concretaremos las propiedades de la nueva forma de interrelación social vigente en la sociedad moderna que nace, sobre todo, del surgimiento de la comunicación masiva —y de las consecuencias que este acarrea—; por otro lado, nos acercamos a una visión crítica de la sociología sobre la sociedad actual, definida como *sociedad del riesgo*, y sus características peculiares.

### **2.1.- La sociedad postradicional**

En el primer epígrafe hemos planteado que la producción de contenido simbólico en la actualidad se concentra en pocas manos. Se puede restar importancia a este hecho argumentando que los individuos no son meras esponjas que absorben sin resistencia todo el contenido que les llega. También se puede exponer que el entorno y la familia contrarrestan este poder ya que «las maneras en que los individuos dan sentido a los productos mediáticos varía acorde con su bagaje social y sus circunstancias» (Thompson 1998: 62). A continuación mostraremos cómo la realidad cuestiona —y redimensiona— la relevancia de estos agentes de socialización.

#### **2.1.1.- La experiencia mediática y la destradicionalización: la disolución de las clases sociales**

En primer lugar nos enfrentamos a la idea de que los individuos cuentan con el filtro de sus circunstancias personales y sociales: la familia, principalmente. Es cierto que este filtro existe pero los medios de comunicación disponen de los recursos para restarle importancia. El contenido simbólico transmitido a través de los medios de comunicación masiva se distribuye a tan gran escala que su disponibilidad es inmediata: su consumo continuo se ha convertido en «una rutina característica de la vida social» (Thompson 1998: 51).

Esta nueva rutina no resulta inocua sobre la socialización. En todos los ámbitos de la sociedad, desde las familias hasta los gobernantes, se da por hecho una nueva forma de entender el entorno que acompaña a este consumo cotidiano de los mensajes masivos: la conciencia de que una noticia que vemos por la televisión es vista simultáneamente por muchos otros miles e incluso millones de personas. Se crea

así la *experiencia mediática*, en la que el contenido de los mensajes que se transmiten se convierten —como en la socialización, de manera implícita, mediante su interpretación— en *conocimiento compartido*; una experiencia que limita cada vez más los contextos *cara a cara* y la *experiencia vivida* como fuente de este conocimiento.

Los interlocutores con los que se da el contexto cara a cara, de hecho, también están expuestos por su parte a la experiencia mediática, lo que explica su pérdida de influencia. Sin embargo, la experiencia vivida es el opuesto de la experiencia mediática por lo que, en teoría, no tendría por qué verse menoscabada. En este caso, se ha visto mermada debido a «un profundo proceso de reorganización del tiempo y del espacio, emparejado con la expansión de mecanismos de desmembración —mecanismos que liberan a las relaciones sociales de la influencia de los emplazamientos locales recombiniéndolas a través de amplias distancias espacio-temporales—» (Beriaín 1996: 35) en los que la cotidianidad mediática ha tenido un papel destacado.

Con la pérdida de las experiencias vivida y cara a cara, la modernidad se convierte en *postradicional*. Ha superado —ha eliminado— las tradiciones, los conocimientos colectivos que explicaban la vida y arrastraban en sus discursos la evolución de la sociedad. La modernidad parte, pues, de cero en el imaginario colectivo. «Con el desprendimiento de la tradición, la sociedad moderna tiene que *fundamentarse exclusivamente en sí misma*» (Beriaín 1996: 10). Es decir: la sociedad y su organización y principios es explicada a sus propios miembros —a sí misma— a través de las instituciones simbólicas. Aunque, más bien, teniendo en cuenta la práctica situación de monopolio sobre el poder simbólico, la sociedad la explica quien posee las instituciones mediáticas —que no es la sociedad sino una parte de ella—.

El individuo ha pasado a percibir la realidad a través de la gran pantalla de la experiencia mediada, una pantalla que reproduce las formas simbólicas que se transmiten desde los medios de comunicación masiva —culturales e informativos— y las instituciones simbólicas de la sociedad, tanto las que influyen en su socialización (la educación, por ejemplo, que proporciona una formación enfocada primordialmente al mercado laboral, dentro del contexto capitalista) como las que rigen sus normas de convivencia (democracia, igualdad, eliminación de las clases sociales, crecimiento económico como sinónimo de bienestar)..

En este nuevo contexto en el que la sociedad mediática se relaciona y se comprende a sí misma, donde el sentido del lugar y del pasado casi se omite, el sentimiento de pertenencia se rige por dinámicas diferentes de su concepción tradicional. A medida que esta situación se impone como forma principal de interacción, nuestra conciencia de pertenencia ligada al origen y contexto social va

diluyéndose: cada vez más «sentimos que pertenecemos a grupos y comunidades que se han constituido, en parte, a través de los *media*» (Thompson 1998: 57).

Por tanto, la creencia de pertenecer a otros grupos sociales también afecta a la construcción de la identidad, que se apropia de los ítems de personalidad de su nuevo contexto mediático, a través de los cuales también comprenden el mundo. La *comunidad desespacializada* (según John B. Thompson) o *destradicionalizada* (según Ulrich Beck) marca ahora las pautas de relación social.

Este nuevo paradigma social confronta directamente con las formas antiguas de sociedad en las que el sentimiento de pertenencia se ligaba «al hecho de compartir un lugar común y la superposición de trayectorias de vida en circunstancias compartidas de la vida cotidiana» (Thompson 1998: 297), con contextos vitales que eran similares, germen de varios tipos de asociacionismo relacionados con la conciencia de clase como sindicatos y partidos políticos. Aunque para la actividad de estas organizaciones se empleara extensivamente recursos de comunicación masiva como periódicos de partido o panfletos, la base de la unidad siempre se basaba en un contexto social común —no mediatizado—.

Las tradiciones desarraigadas «están más dispuestas a adaptarse, transformarse o a dejarse codificar por individuos que tienen acceso a los medios de producción y distribución de las formas simbólicas mediáticas» (Thompson 1998: 259), transmisores de mensajes ideológicos que condicionan a los individuos a la hora de comportarse en el mundo, relacionarse y crear su propia identidad.

Esta hegemonía de la experiencia mediática sobre la experiencia vivida ha desembocado, como se aprecia en este apartado, en la disolución simbólica de las clases sociales.

Para la disolución de las clases sociales, Ulrich Beck (Cfr. Beck 1998) añade otro factor aparte de la experiencia mediática: la implantación del Estado del bienestar en las democracias occidentales. Esto permitió el acceso universal a la educación y a la salud, el crecimiento del sector servicios, el aumento de los ingresos de todos los sectores sociales, etc.; lo que Beck llama *efecto ascensor*, que se puede definir como el progreso común de una sociedad. Todos los estratos que la forman experimentan una elevación de su nivel de vida.

Este efecto ascenso supuso una ruptura respecto al modelo social anterior: aunque las diferencias entre los distintos estratos sociales se mantuvieron constantes, ajenas al aumento generalizado del nivel económico y de vida, las clases sociales simbólicas se disolvieron. Los individuos rompieron con sus orígenes culturales y geográficos para integrarse en una sociedad en la que la clase social se equipara al estilo de vida y al destino laboral. El motivo de esta ruptura de los individuos con las

clases sociales se ha de buscar, según U. Beck, en la *libertad* o emancipación que supuso el acceso de las clases bajas a mayores niveles de ingresos y a mayor tiempo libre. A cada persona se le concedió la posibilidad de encontrar su propia identidad y su propio estilo de vida independientemente de su procedencia social, étnica, geográfica, etc.

### **2.1.2.- La individualización masiva y la penetración de los valores posmodernos**

La progresiva pérdida de importancia de la conciencia de clase —distinta de la desaparición de las clases socioeconómicas—, desde las que se entendía el mundo y se percibía la realidad, eliminó también su filtro cultural; su lugar lo ocuparon los medios de comunicación masiva. Este nuevo filtro engendró un proceso social que se puede denominar *individualista en masa* que provoca que la percepción del mundo se realice bajo los criterios posmodernos —básicamente, las ideas capitalistas, consumistas y materialistas—. Este nuevo filtro, compartido de forma masiva, es el que pone en entredicho la capacidad activa de los individuos para cuestionar los contenidos simbólicos de los medios de comunicación. Aunque el ser humano no sea una esponja que absorbe sin más, vive dentro un océano: por pura probabilidad, se acabará tragando algo de agua.

En el contexto de una sociedad desclasada —simbólicamente—, las democracias occidentales sustentan su idoneidad en la «invitación dirigida al grueso de los individuos para tomar su destino en sus propias manos y hacer de él algo tan positivo como sea posible» (Bauman 1996: 114). La sociedad, que *se define a sí misma*, se describe como ideal y sin clases porque en su seno cualquier individuo puede alcanzar las posiciones elevadas de la alta burguesía. El programa liberal insiste en que este ascenso está al alcance de todos.

Como se ha descrito, la práctica mayoría de la información de que dispone un individuo procede directa o indirectamente de los medios de comunicación o de otras instituciones mediáticas. Este monopolio del poder simbólico plantea un escenario en que la realidad —que, de facto, es la percepción que tienen los individuos de ella— es un flujo unidireccional que nace de los poderes económicos y refleja los conceptos que legitiman su posición en lo más alto de la estructura jerárquica.

Los contextos mediáticos a través de los que se observa la *realidad* siempre encuentran un límite en el punto en que contradicen los predicados de la sociedad industrial y el orden establecido —puesto que el poder simbólico de los medios de

comunicación de masas se supedita al poder político y, sobre todo, económico—. De este modo, los individuos pueden optar entre cientos de canales de televisión, entre periódicos de distinto corte ideológico o entre una gran variedad de grupos musicales de distintos géneros, pero los mensajes que lleguen a través de estos cauces siempre se mueven dentro de unos límites sin sobrepasarlos. Por tanto, las formas de entender el mundo de los receptores pueden oscilar pero siempre dentro de estos mismos límites. A esto es a lo que se refiere el proceso *individualista en masa* que algunos autores modernos como Sloterdijk o Sombart denominan «individualismo de masas» que basa su variedad ilusoria en la «diferencia indiferenciada»: «se acepta toda diferencia a condición de que ésta sea epidérmica, insustancial, que no ponga en cuestión la igualdad de base sobre la que se ha articulado el discurso de la Modernidad y sobre la que el poder contemporáneo construye sus políticas de sumisión» (Aragüés 2012).

La ausencia de clases sociales y el individualismo de masas suponen la ausencia casi total de crítica ante los valores que propugnan los medios de comunicación de forma subyacente, por lo que *normalmente* se aceptan. Es debido a esta gran penetración que la publicidad en la televisión sea un medio tan efectivo y reciba una gran inversión económica (Cfr. Ruiz de Maya et al. 2007). Los valores materialistas se integran en las estructuras mentales y las modifican en dos aspectos (Cfr. Ruiz de Maya et al. 2007: 8 - 9): por un lado, se entiende el materialismo como un valor a tener en cuenta en la autoidentidad (en relación con el estatus); por otro, en la forma de entender la vida (la posesión como logro del éxito social y la felicidad). De este modo, los espectadores se apropian de los valores materialistas que transmite la televisión y después tiende a aceptar el resto de estímulos si coinciden con estos valores o a rechazarlos si los contradicen.

## **2.2.- La sociedad del riesgo**

Una vez descrito cómo los individuos forman su visión del mundo que les rodea, interesa desarrollar cuál es la descripción que hace la sociología de la sociedad moderna; una percepción radicalmente opuesta a la que tienen los individuos.

Observar la sociedad actual desde fuera de su representación simbólica, desde una óptica desprendida de los principios que transmiten los medios de comunicación, supone encontrarse frente a frente con *la sociedad del riesgo*.

Ulrich Beck es el creador del concepto *sociedad del riesgo* (Cfr. Beck 1998) que podemos definir brevemente como un contexto de contradicción: la de vivir en un

mundo distinto de la visión que tenemos de él. La consecuencia de esta contradicción es el avance de la sociedad bajo los principios capitalistas de la sociedad industrial (progreso, crecimiento económico ilimitado, control racional, etc.) en una realidad a la que estos principios se resignan a adaptarse, lo que causa una continua amenaza a la vida humana.

El ascenso de esta sociedad del riesgo —en la medida que obsolescencia de los principios de la sociedad industrial— se manifiesta (Cfr. Beck 1996: 203 – 204) en tres supuestos: en primer lugar, el progresivo agotamiento de los recursos naturales y culturales en que se sustenta un modelo capitalista que persigue un crecimiento ilimitado; en segundo lugar, la constatación de que la seguridad de la que pretende ser garante el modelo social (objetivo y fundamento de su vigencia) se ha debilitado hasta el punto en que la seguridad es un ámbito de acción fuera del control del hombre y de cualquier decisión política; y, en tercer lugar, el hecho de que las bases en que se sustentaban las democracias liberales occidentales (el progreso, la representación en las estructuras de poder de las clases, el bienestar a través del crecimiento económico) se diluye frente a un proceso de individualización: el individuo no se libera de facto en la sociedad industrial que preconiza progreso y democracia —eso solo ocurre simbólicamente— sino que se libera en la sociedad del riesgo, donde estos principios han quedado obsoletos<sup>4</sup>.

La sociedad moderna se denomina *del riesgo* en la sociología porque, precisamente, las amenazas que causa la ineficacia de sus fundamentos se atribuyen al riesgo. Esta creación resulta monstruosa en cuanto desprendida de todo rasgo de humanidad, puesto que el riesgo es elevado a la categoría de deidad. «Lo que las sociedades tradicionales atribuían a la *fortuna*, a una voluntad metasocial-divina o al destino como temporalización perversa de determinados cursos de acción, las sociedades modernas lo atribuyen al *riesgo*» (Beriaín 1996: 8). El riesgo se ha convertido en el dios de la sociedad moderna; un dios que la sociedad ha convenido que *está ahí*, cuya presencia no se cuestiona y cuyos efectos (desde las catástrofes ecológicas y las crisis económicas hasta los accidentes automovilísticos) se aceptan.

---

<sup>4</sup> Desde otro punto de vista, para diagnosticar el fracaso y las contradicciones de las democracias occidentales solo hace falta acudir a su propio fundamento: la búsqueda del beneficio económico. Este es el único criterio que se rige por una lógica ajena a las consideraciones socioculturales, ya que acude allí donde ve una oportunidad sin importar las causas o las consecuencias. Cuando una aseguradora opta por no ofrecer sus servicios a empresas que ponen en marcha actividades donde un posible fallo, aunque muy poco probable, supondría un desastre no se debe a su conciencia medioambiental; su negativa responde al hecho de que, a pesar de los grandes beneficios que supondría una póliza de tales características, la posibilidad de que ocurra una catástrofe genera un escenario hipotético tan destructivo que sería inasumible por la aseguradora y la llevaría a la ruina: este es «el momento en que los peligros decididos y producidos socialmente sobrepasan los límites de la seguridad: el indicador de la sociedad del riesgo es la *falta de un seguro privado de protección; de protección* ante proyectos industriales y tecnológicos» (Beck 1996: 209).



Todo el entramado simbólico de la legitimación de los preceptos de la sociedad industrial capitalista y su orden inherente que, como se ha explicado, se ejerce de manera notable a través de los medios de comunicación de masas, desemboca en este contexto de contradicción que socava la vigencia de sus fundamentos: la «revolución perpetua de la producción, del comercio, de las finanzas y del consumo» (Beriaín 1996: 13) ya no es suficiente para organizar la sociedad moderna.

En la modernidad occidental la sociedad se sigue representando como un mundo en continuo desarrollo: el nivel de progreso —económico, científico, tecnológico— se mide en el punto más alto, obviando el más bajo. A pesar de la extensión de la pobreza y los peligros, estos hechos no se toman en consideración. Se obvian las limitaciones de la razón capitalista y del dominio del hombre sobre la naturaleza, de las que dan buena fe toda una serie de catástrofes de distinta índole y repercusión, y se desecha la posibilidad de tomar conciencia de ellos para ejercer un mayor control sobre sus efectos negativos inherentes, condenando a la humanidad a una perpetua dependencia de la decisión del —dios— riesgo, donde millones de personas sufren diariamente sus furias y al hombre lo separa una frágil línea del terreno de la autodestrucción —cuya delimitación queda fuera de su alcance—.

Esta aparente contradicción rige la sociedad debido a que, como explica Ulrich Beck, las «consecuencias y autoamenazas se producen sistemáticamente, sin embargo, no son públicamente tematizadas» (Beck 1996: 201): las instituciones simbólicas obvian las contradicciones que se producen aludiendo a la «dominabilidad total» del hombre sobre el entorno, una fe que la sociedad continúa profesando. Así, la sociedad del riesgo es una sociedad fuera de control precisamente porque no sabe que se encuentra fuera de control.

Nos encontramos, pues, con que la *sociedad del riesgo* existe de facto, porque el riesgo es inherente a la sociedad moderna, pero no existe simbólicamente, en la mente de los individuos ni en el imaginario colectivo. Según Beck, las contradicciones se omiten porque si se hicieran públicas los fundamentos de la sociedad moderna se derrumbarían por sí mismos.

Estas consideraciones básicas sobre la sociedad del riesgo nos llevan a una pregunta cuya respuesta ya se insinúa de forma poco sutil más arriba: ¿es esta travesía perpetua por el alambre responsabilidad del trabajador que toma el autobús de la empresa a las seis de la mañana? ¿De las personas que acuden a la sanidad pública? ¿De, en definitiva, el común de las personas? Evidentemente, no.

Solo son los individuos sin capacidad de decisión política ni influencia económica, las personas que depositan su confianza en la visión del mundo que se transmite en los medios de comunicación, los que mantienen la fe en los principios que

proclama el orden. El riesgo (de catástrofe, de crisis) es una realidad que no escapa a los órganos decisorios, a los poderes políticos y económicos. Aunque los riesgos no sean totalmente controlables ni calculables, se conocen sus —posibles— efectos y podrían ser tenidos en cuenta. Se podrían llevar a cabo medidas para minimizar el poder del riesgo. Pero el riesgo es obviado porque, como se explica más arriba, reconocerlo socavaría los fundamentos de la sociedad. Y los fundamentos de la sociedad son los fundamentos de la posición privilegiada de los órganos de poder, de esa clase política que «vela por el bienestar, por el derecho y por el orden pero, a su vez, incurre, bajo todo tipo de acusación social, en la implantación de peligros en el mundo y en la minimización de su importancia» (Beck 1996: 207).

Como toda esta deslegitimación se da fuera de la visión del individuo, los problemas a los que el individuo pretende hacer frente desde la seguridad de los supuestos de la sociedad industrial —que ya no existen— no se llegan a comprender. Desde la óptica del individuo común, dentro del orden, estos problemas no existen ni, por tanto, se les otorga importancia. El entorno se continúa percibiendo como seguro bajo el dominio de la racionalidad industrial. Las desgracias *ocurren*; ocurren, simplemente, como un dios sin principio ni fin, como un elemento inherente a la existencia y sin ningún tipo de ligadura con el ser humano o sus decisiones. Pero esta «secularización del destino tradicional (religioso) no supone su desaparición, sino [simplemente] su producción activa por el hombre» (Beriaín 1996: 23).

Las contradicciones del sistema hacen necesario reflexionar sobre si son los principios de velar por la seguridad y el bienestar los que mueve la evolución de la sociedad, ya que los colectivos que tienen en su mano el poder de provocar —y evitar— riesgos obvian el peligro que generan. Esto, más que cualquier desgracia, es lo que plantea la cuestión de si las normas tanto éticas o jurídicas como políticas o económicas han quedado desacreditadas como principios regidores de la sociedad y ya «no son los apropiados para interpretar y legitimar el regreso de la incertidumbre y de la incontrolabilidad» (Beck 1996: 217).

En definitiva, el trabajador, como el beato, nada puede decir ni decidir sobre la existencia de su dios: el orden establecido, a través de los largos tentáculos de la comunicación de masas y la connivencia de las instituciones mediáticas gestionadas por el poder político, aborda casi todos los rincones de la vida diaria hasta el punto de crear nuevos dioses que someten al hombre común.

Esta ascensión al cielo social del riesgo se sustenta sobre distintos pilares y factores psicosociales y mediáticos que son manipulados por las instituciones simbólicas y empleados por el orden para modificar la realidad —simbólica— en función de sus principios.

### 3.- LA PERCEPCIÓN MODERNA Y LA SOCIEDAD DEL RIESGO

La sociedad moderna guarda una estrecha relación en su configuración con ciertos factores psicosociales que condicionan tanto la mentalidad de los individuos a la hora de entender el mundo como la concepción idónea de cómo debe organizarse una sociedad. Para completar la descripción de cómo los medios de comunicación, en cuanto herramienta del poder, influyen en la sociedad, es necesario exponer cómo el poder se aprovecha de su hegemonía sobre el contenido simbólico —de facto, podríamos decir simplemente de su *poder hegemónico*— para que estos factores tiendan a corroborar la visión de la sociedad que se transmite a través de los medios de comunicación masiva.

#### 3.1.- La modelación mediática del riesgo, el peligro y la incertidumbre

En la sociedad del riesgo hay tres conceptos sociológicos que concentran una gran importancia como causa de esta ceguera del hombre frente al mundo que le rodea —en la medida que también son constructos sociales que afectan a la percepción del entorno—.

En cualquier contexto —tanto industrial, energético o científico como económico, político, etc.— de la sociedad del riesgo hay que subrayar de nuevo que el riesgo no se genera espontáneamente —no es un dios— sino que deriva de decisiones; por tanto, hay que diferenciar entre los que toman las decisiones y los que son afectados por ella: se habla de *riesgo* cuando las consecuencias son fruto de una decisión propia y tomada conscientemente; por el contrario, el *peligro* se atribuye a terceros, fruto del entorno y del control.

Para comprender la relevancia de esta dicotomía entre riesgo y peligro también se necesita el concepto de *incertidumbre*, entendida respecto a un la posibilidad del futuro *mal elegido*, que va ligada de forma indisoluble con la sensación de seguridad ontológica sujeta a la experiencia mediática —que se nutre de los medios de comunicación masivos en manos de grandes grupos empresariales—.

Tanto a la hora de hablar de riesgo como de peligro, la sociedad del riesgo «designa un complejo estado de hechos con el que topamos, al menos, en la sociedad moderna [pero la *decisión*] tiene su importancia sólo en caso de riesgo. Uno se expone a determinados peligros» (Luhmann 1996: 145). De este modo, los peligros se menosprecian y se aceptan como, recordemos, los caprichos del dios del riesgo —no son *responsabilidad de nadie* en la realidad simbólica—.

«La diferencia riesgo y peligro hace posible que se marquen ambas partes, pero no a la vez», explica Luhmann (Luhmann 1996: 146). Elegir una de las dos perspectivas para entender el mundo condiciona su percepción de forma determinante: por un lado, al destacar el riesgo —en la sociedad, recordemos, inherente a la mera existencia— se menosprecian los peligros; por otro, si se concibe el entorno como una fuente constante de peligro suministrada por las decisiones de *otros*, se esclarece la contradicción de la sociedad del riesgo. Obviamente, en la sociedad moderna secuestrada por la experiencia mediática siempre se opta por esa visión del riesgo *inocente* o divino.

Pero, reiteramos, este riesgo no es en absoluto inocente; además, a esta visión del peligro se añade que «los peligros muy frecuentemente son considerados y temidos como si se tratara de cosas susceptibles de ser medidas y pesadas» (Beck 1996: 251). Sin embargo, desde una perspectiva sociológica los peligros y los riesgos son, antes que nada, construcciones sociales.

Las instituciones del orden establecido se sirven de esta circunstancia para establecer mediante normas y leyes qué nivel de peligrosidad y de riesgo es aceptable y qué límite marca un peligro como amenaza real para la sociedad. Los gobernados asumen que estos límites son adecuados y en función a ello su sensación de peligro se neutraliza.

Además, hay que considerar otra circunstancia: el riesgo paraliza y nubla la mente porque habla de lo que no se debe hacer pero no especifica qué es lo que sí que hay que hacer. A pesar de provenir de una fuente algo irónica, los riesgos otorgan *libertad* ante las decisiones porque no existe la opción genuinamente adecuada, solo un abanico de caminos que pueden ser inadecuados en distintos grados. En la libertad solo existe la incertidumbre.

Pero esta libertad también es susceptible de codificación mediática: el riesgo del capitalismo (hambre en África, crisis cíclicas, agotamiento de recursos) se menosprecia, se entiende desde certidumbre —porque no afecta a los que entienden estas circunstancias como simples riesgos, consecuencias a terceros—; el hecho de que el individuo de la sociedad del riesgo también se encuentra en peligro se obvia al adoptar la visión del riesgo. Plantear la sociedad como un entorno de peligro se evita en la medida de lo posible porque causa incertidumbre y desasosiego; también, por tanto, se evita aceptar las contradicciones del sistema como un peligro para mantener una sensación de certidumbre.

La aparente paradoja de que el capitalismo no sea, evidentemente, un ente que «flota en el aire» sino un modelo socioeconómico aplicado por personas, se debe a

esta tematización: son las personas con poder decisorio las que codifican la realidad en términos de riesgo y seguridad para el resto; ellas disponen de la certeza de que nada es necesariamente cierto sino todo lo contrario. Toman la vía más conveniente parapetados en los temores de los humanos que, ante el ofrecimiento del *sistema que todo lo resuelve y marca el fin de la historia*, no pueden más que agachar la cabeza y asentir con gratitud.

### **3.2.- Los medios como productores de confianza y seguridad**

Contando con la exposición del individuo frente al mundo sin el amparo de una clase social, parece lógico que otro de los aspectos psicosociales que contribuyen al *statu quo* es el aprecio natural, casi instintivo, que siente el frágil ser humano por sentirse a salvo. Esta seguridad, la seguridad ontológica, no refiere a la invulnerabilidad real del ser humano sino que «hace referencia a la confianza que la mayor parte de los seres humanos tenemos en la continuidad de nuestra identidad y en la continuidad de nuestros entornos sociales y naturales de acción» (Beriaín 1996: 26).

Esta querencia por la sensación de seguridad (aunque, de hecho, no se base en los rasgos de la realidad) constituye una reacción para contrarrestar la angustia que «surge ante el horizonte desocupado de las posibilidades de aquello que pudiera suceder» (Beriaín 1996: 26) como reacción a la incertidumbre.

La seguridad ontológica cumple en la sociedad moderna entre los individuos y el orden establecido el papel que desempeña la confianza en la relación entre un niño y sus tutores: «suministra un <escudo> que protege frente a amenazas y peligros potenciales contenidos en las actividades cotidianas» (Giddens 1996: 36).

La confianza —tanto en el contexto social como en el paternal— «aísla los potenciales acontecimientos que de ser contemplados en toda su magnitud, producirían una parálisis de la voluntad o vivencias de abatimiento» (Giddens 1996: 36). La confianza en la sociedad modernidad facilita, por ejemplo, la disociación del individuo de las organizaciones de clase —y de la misma noción de clase—, constituidas sobre la base de la fragilidad individual y la solidaridad colectiva: no se puede comparar el desasosiego de concebirse desamparado frente a la arbitrariedad del mundo con la comodidad de la fe en el progreso.

La confianza, además de reconfortante, permite una disposición del espíritu ante la cotidianeidad mucho más práctico. De hecho, la confianza es la base estable sobre la que se desarrolla la vida cotidiana: «en el reverso de lo que parecen ser

aspectos triviales de la acción y discurso cotidiano se esconde el caos. Y este caos no es sólo desorganización, sino pérdida de sentido de la realidad de las cosas y de otras personas» (Giddens 1996: 44). Esta practicidad, también conocida como teoría del conocimiento compartido —antes descrita brevemente—, queda demostrada, por ejemplo, en los experimentos que llevó a cabo Garfinkel con el lenguaje ordinario y de los que Anthony Giddens se sirve como una muestra clara de su funcionamiento: «responder a la pregunta cotidiana más simple o responder al comentario más superficial, exige la puesta entre paréntesis de una serie casi infinita de posibilidades abiertas al individuo» (Giddens 1996: 44). Al contradecir las convenciones de este conocimiento compartido, Garfinkel provocó el desconcierto en los participantes de su experimento —incluso la incomodidad— lo que pone de manifiesto que la *realidad* que asumimos en la interrelación social es a la vez sólida (por su común aceptación) y endeble (por lo cuestionable de su fundamento).

La abolición de las convenciones sociales conecta de nuevo al individuo con su caducidad «cierta e indeterminable» y rescata del limbo mental cuestiones existenciales que resultan, como poco, incómodas. De hecho, la experiencia inmediata que nutre de significados sobre el mundo al ser humano conlleva «que todos los individuos podrían (en principio) verse asaltados por angustias relacionadas con riesgos producidos a causa de las contingencias de la vida» (Giddens 1996: 48). Este caos, en palabras de Giddens (*temor* en Kierkegaard), encuentra la confrontación de las convenciones sociales, que se sitúan en pro tanto de la estabilidad social como de la sensación de seguridad ontológica, aunque esta guarde poca ligación con la realidad.

El paréntesis en torno a las cuestiones existenciales y al riesgo no se dibuja con acuerdos directos ni reglas explícitos sino que se *no-dibuja*, se empuja a las afueras del intercambio social a través de «lo que no puede ser expresado con palabras» (ni se expresa) en el desarrollo de la vida diaria. La influencia de las estructuras de poder en el manejo de la seguridad ontológica queda manifiesta en el nuevo contexto social de la experiencia mediática.

La experiencia mediática aprovecha un aspecto psicológico del escudo de protección ontológica (también conocido como «*cocoon*») que es «la desviación de procesos portadores de consecuencias desconocidas y pensadas en términos de riesgos» (Giddens 1996: 61). Esta desviación se manifiesta en una actitud que desecha lo que podría *salir mal* «pretextando que es demasiado improbable como para tenerlo en cuenta» (Giddens 1996: 61).

Dejan constancia de esta actitud la tendencia a despreciar el riesgo porque sus efectos nocivos tendrán lugar en un futuro alejado (como el fumador respecto al

cáncer o las empresas contaminantes respecto al daño al medio ambiente) o la tendencia a obviarlos por su poca probabilidad de que (nos) ocurra (lo que permite tomar aviones o desplazarse en coche sin reparar en las cifras de mortandad en accidentes aéreos o automovilísticos).

En esta actitud basa el orden la concepción del mundo que transmite —con éxito— al imaginario de las personas mediante las instituciones simbólicas y los medios de comunicación de masas. Esta concepción se basa en que el capitalismo ha desarrollado un sistema de intercambio comercial que otorga seguridad a las personas, tanto respecto al abastecimiento continuo de alimentos y agua, acceso a la sanidad o la educación (a las necesidades básicas) como respecto a la estabilidad social. En esta concepción idílica, compartida por el orden y la sociedad, no tienen cabida las crisis económicas cíclicas que conllevan desempleo y depauperación (*no me tocará a mí*), el agotamiento de los recursos o la explosión de burbujas económicas (*aún queda mucho para que ocurra* —una mentira con la que España se ha encontrado de frente en su plácido transcurrir por la ensoñación capitalista—). Se obvia en definitiva la globalidad de las relaciones comerciales y la consecuente interdependencia —que el inicio de la crisis económica actual se encargó de resaltar— donde, como recuerda Giddens, «el dinero que una persona posee nunca supondría demasiado si está sujeto a los caprichos de la economía global que incluso la más poderosa de las naciones se ve incapaz de controlar» (Giddens 1996: 70).

### **3.3.- Los medios como instrumentos de clasificación**

Otra de las peculiaridades de la sociedad —del mundo, más bien— a las que se enfocan los medios de comunicación de masas es la *ambivalencia* que es «la posibilidad de referir un objeto o suceso a más de una categoría» (Bauman 1996: 73). De ahí parte la contradicción de explicar la realidad en términos de la sociedad industrial: los principios de progreso o bienestar que proclaman las democracias occidentales resultan incongruentes con el descontrol de las catástrofes o la expansión de la pobreza. Desde esta perspectiva se vislumbra el desorden inherente a la existencia, al que la organización social no puede hacer frente pero del que se sirve para implantar sus *estructuras de fe*, de creencia en el progreso. «Experimentamos la ambivalencia como un desorden» (Bauman 1996: 73), circunstancia que aprovecha el orden establecido para ofrecer su *seguridad simbólica*.

La seguridad que ofrecen los gobiernos, las instituciones económicas, las instituciones políticas o los medios de comunicación no aparece como fruto de la

innovación o la organización racional; el principal esfuerzo por la seguridad se invierte en el uso del lenguaje y las estructuras mentales. El orden es un esfuerzo clasificatorio.

Clasificar, en palabras de Zygmunt Bauman, «es dotar al mundo de una *estructura*» (Bauman 1996: 74). La clasificación consiste en definir todo *lo que es* en categorías y *no-definir* lo que *no encaja* en dichas categorías. *No-definir* no significa dar un significado distinto sino asemejar al vacío, al caos, a la no existencia. De este modo, el orden con sus *estructuras* va filtrando el mundo real y creando otro distinto en el plano simbólico, en el que viven las personas —en la medida que sus pensamientos y sus comportamientos se desarrollan dentro de los límites de este «nuevo mundo»—. En este mundo, lo que no está definido como *real* está no-definido o *definido* como vacío, caos, incertidumbre, peligro, amenaza.

El orden logra imponerse con éxito a pesar de sus débiles fundamentos, meros constructos sociales. Esta prevalencia se debe a que «un mundo ordenado es aquel en el que uno <sabe cómo puede conducirse>» (Bauman 1996: 74), y se mantiene a causa de la continuidad que le otorga nuestra capacidad de aprendizaje y memorización.

De este modo, el mundo existe fuera del orden —y de sus estructuras— pero la sociedad solo existe dentro de este orden. Lo demás es *mal* en todas sus formas. «Lo otro del orden no es otro orden: tan sólo el caos es la alternativa. Lo otro del orden es el hedor de lo indeterminado e impredecible. Lo otro es la incertidumbre, el origen y arquetipo de todo temor» (Bauman 1996: 81). El caos, aparte de representar lo *indeseable*, constituye la base del orden, de lo que *sí es deseable* por oposición a lo que no.

Esta clasificación, como se apunta, no es natural. Está regida por ciertas agencias que «son soberanas en cuanto reclaman y defienden el derecho a dirigir y administrar la existencia: el derecho a definir» (Bauman 1996: 82), actividad que requiere de *poder*. En palabras de Bauman, incluir y excluir el contenido de las categorías «es un acto de violencia perpetrado al mundo y requiere el soporte de una cierta coerción» (Bauman 1996: 75). Quien define el mundo simbólico debe contar con una fuerza suficiente como para imponer su visión y hacerla resistir ante las contradicciones manifiestas. Esta fuerza se haya principalmente en la concentración en unas pocas manos del poder simbólico. También hay otros aspectos psicosociales como la teatralización que explica Bourdieu<sup>5</sup> por la que la credibilidad de una fuente simbólica —ya sea un comunicado oficial de la administración de un Estado o un

---

<sup>5</sup> Pierre Bourdieu ha descrito extensamente la importancia de la teatralización para la formación de la opinión pública (Bourdieu 2012).



telediarario— depende, más allá del contenido de la comunicación y la veracidad de este, de una puesta en escena que dé esa sensación.

El poder de clasificar se concentra, pues, en un pequeño grupo, como el poder de ofrecer seguridad; se supeditan siempre al poder de nutrir a la población de contenidos simbólicos. Quien ostenta este poder de clasificar se propone a sí mismo como orden, como única estructura válida para comprender el mundo; un mundo simbólico que en su reproducción también transmite su lógica inherente, que hace concebir a las personas la competitividad o el crecimiento ya no como *normales* o *deseables* sino como propios a la existencia, a la lógica humana.

La clasificación establecida no encuentra otra clasificación que se le oponga; el único obstáculo que condiciona su actividad es la propia realidad inclasificable del mundo. A medida que la definición del mundo se desarrolla va incluyendo más contenido dentro de sí y simultáneamente excluye más contenido. Esta continua aparición de problemas en la categorización se resuelve con más categorización, que provoca más problemas y, de nuevo, más categorización. A esto se refiere Bauman al definir la lucha contra la ambivalencia como «autodestructiva y autopropulsora» (Bauman 1996: 76).

Este conflicto que surge en la actividad clasificatoria *en sí* se omite en el plano simbólico con el asentamiento de un horizonte que perseguir, los *foci imaginarii* de «orden, certidumbre y armonía» a los que se tiende. Esto convierte al presente en obsoleto, en un mero paso intermedio para alcanzar el futuro hacia el que se camina sin descanso pero nunca se alcanza. El regocijo en el presente solo puede perdurar como efímero. Esta es una de las bases de la concepción del crecimiento económico, a pesar de que la Tierra tenga recursos limitados, en dogma: los problemas existentes son secundarios y la única forma de resolverlos es el crecimiento; la redistribución de la riqueza se supedita a que la riqueza aumente como única condición necesaria, redistribuir la riqueza que ya existe —pensar sobre las condiciones del presente— no es una opción.

Esta concepción unívoca de la realidad se resuelve dentro de la sociedad con la dicotomía en que se parten los conceptos que la rigen: la justicia habla de justo e injusto, la belleza de bello y feo, la gobernación en adecuada o en inadecuada. Se parte la visión del mundo en el *uno* y en *su contrario*, ambas partes imprescindibles para definir a la otra y las dos piezas de un mismo puzzle. Emplearemos la metáfora del extranjero de Zygmunt Bauman (Cfr. Bauman 1996: 92 - 119) para plasmar esta técnica.

Por un lado, dentro del sistema, existen los amigos y los enemigos; *nosotros* y *ellos* son las dos caras de un mismo concepto en una interdependencia asimétrica: los

amigos dependen de los enemigos para autoafirmarse. Los enemigos se pueden definir en base a la existencia de los amigos, dado que la visión del mundo de cada individuo siempre parte desde el filtro de su subjetividad. Sin embargo, desde una óptica exterior, ambos son simplemente el contrario del otro, su negación, lo que no hace «sino evidenciar su misma condición» (Bauman 1996: 92).

Cada grupo de amigos se sirve de sus enemigos para establecerse, para crear su identidad y narrar el mundo desde su propia perspectiva. Todo lo que aparece fuera del círculo de los amigos es enemigo. Esta actitud se observa cuando se intenta incluir en la misma definición cualquier elemento que no surja en el *seno de la amistad*. La dicotomía entre Partido Popular y Partido Socialista, en España, es la encarnación de la lucha entre *izquierda* y *derecha*, una alternancia entre amigos y enemigos siempre dentro de los límites de la democracia española. Los *extranjeros* son los que no son ni amigos ni enemigos.

Con el surgimiento de los movimientos de protesta en la sociedad española, ha habido un esfuerzo notable por enmarcarlos en la izquierda ideológica —dada la presencia del Partido Popular, de derecha, en el gobierno— e incluso asociarlos al Partido Socialista —de *izquierda*—. En esta actitud se evidencia con claridad el conflicto del *extranjero* y los *innombrables*.

El extranjero es un concepto desconcertante que no cabe dentro de la «oposición (binaria) filosófica, a la que niega y desorganiza» (Bauman 1996: 95) sino que constituye un *tercer término* junto al resto de innombrables: «innombrables son todos los *ni esto / ni aquello*; dicho de otro modo, se oponen al *esto o aquello*» (Bauman 1996: 96). Los innombrables no se atienen a la lógica clasificatoria ni a la codificación binaria de la realidad puesto que «exponen brutalmente el artificio, la fragilidad, lo postizo de las separaciones más vitales» (Bauman 1996: 96) que se producen dentro de la lógica de la sociedad industrial.

Esta incomodidad de *lo gris* se aborda siempre que no entre en conflicto con el orden, siempre que sea asimilable por la dialéctica del orden. La diferencia, lo innombrable, se asimila no como algo con una lógica distinta —y válida— a la del orden (por ejemplo, la concepción de la vida fuera de los términos capitalistas) sino como otra forma de entender el orden: otro signo, otra tendencia ideológica, las ideas del enemigo. Dentro siempre de la democracia y el modelo socioeconómico capitalista, principios que no se pueden cuestionar desde el orden, puesto que son su fundamento, y cuya idoneidad o legitimidad no se aborda. La democracia es la definida por el orden —por mucho que la ambivalencia creciente cuestione sus fundamentos— y como tal no se puede poner en duda.

Por ello a los movimientos que surgen como consecuencia de las contradicciones de la sociedad moderna —la sociedad del riesgo—, que se evidencian en las crisis económicas, se les presupone la misma lógica que el sistema: para no abordar esa misma lógica, porque como principio del ordenamiento en ella se basa el resto de aspectos de los constructos sociales y fuera de ella nada existe. La democracia es *la que es*. Cualquier *extranjero* que cuestione no propone otro tipo de democracia sujeta a otra lógica distinta; quien cuestiona la democracia es simplemente un *no-demócrata*, cualquiera que sea su discurso, aunque pida *más democracia*.

### 3.4.- La división de la realidad en subsistemas

El último de los factores de los que se sirve el orden para perpetuarse es el de la división de la sociedad en subsistemas, que se complementa con la codificación binaria de la realidad.

La experiencia mediática supone tal *hegemonía cultural* de los *mass media* sobre la sociedad que, en palabras de Luhmann, «incluso la protesta contra ella debe adecuar sus formas y contenidos» (García Blanco 2003: 150).

Luhmann explica que la sociedad es «la formación recursiva de sistemas» (García Blanco 2003: 152), sistemas dentro de otros sistemas donde el sistema mayor pasa a ser el *ambiente*. La diferencia entre los subsistemas y el ambiente constituye la naturaleza de cada subsistema; por lo tanto, lo que distingue una sociedad de otra es la forma en que sus subsistemas se diferencian entre sí.

La diferencia que predomina en la sociedad moderna es la *funcional*, que posee una dinámica de diferenciación distinta a otros tipos de sociedades —basadas en diferencias segmentarias, del centro con la periferia o entre distintos estamentos— donde la diferencia permanece estable en función a criterios fijos como el origen geográfico, la familia o el estrato socioeconómico. En la sociedad funcionalmente diferenciada —teórica—, por el contrario, la relación entre los subsistemas es *circular*: no hay ningún grupo que se sitúe —*per se*— en lo más alto de la jerarquía social y que tenga la posibilidad de determinar la sociedad. Las relaciones entre los subsistemas son dependientes e independientes entre sí y el ambiente.

El problema que entiende Luhmann en las sociedades funcionalmente diferenciadas radica en la alta integración entre los subsistemas y los conflictos entre ellos: la diferencia entre subsistema y ambiente provoca que el ambiente sea percibido desde cada subsistema como *incompetente* o no adecuado a su lógica. Para la visión de cada subsistema, su función prevalece sobre las demás.

Todos los subsistemas tratan de perpetuarse bajo su propia lógica, establecida como norma o ideal. Esta perpetuación se aprovecha de la codificación binaria que establece qué se ajusta y qué no a la norma del subsistema —y continuamente genera contenido sobre el que hay que aclarar su adecuación a la norma y así *ad infinitum*—. Esta perpetuación también requiere de los subsistemas la «capacidad de hacer efectiva en sus operaciones la diferencia entre *autorreferencia* (referencia a sí mismo) y *heterorreferencia* (referencia al ambiente)» (García Blanco 2003: 158). Esta otra diferencia es distinta de la que establece el código binario y sirve para mantener vigente la necesidad de cada subsistema —en la medida que cumple una función que solo existe en el ambiente ligada a la propia existencia de cada subsistema—.

La codificación binaria evita el conflicto de unos subsistemas con otros si es posible la *flexibilidad* en las normas y objetivos de cada subsistema; es decir, si se somete a la evolución necesaria para prolongarse *dentro de sí*. Por ejemplo, el desarrollo nuevos mercados en la economía como el de la compra-venta de paquetes de hipotecas —la economía de este modo sigue desarrollándose sin *ocupar* otros subsistemas—. Sin embargo, no todos los subsistemas permiten esta flexibilidad (como la política) lo que, unido a la falta de una regla ordenadora superior, provoca desequilibrios.

Estos desequilibrios, además, también se fomentan por la *falta de regla* ordenadora porque la sociedad funcionalmente diferenciada es una sociedad *circular* lo que, «desde cualquier punto de vista, no solo admite sino que hasta hace probable que no todas las funciones tengan que ser consideradas igualmente importantes, y que pueda haber tendencias a considerar especialmente importantes determinados ámbitos funcionales, como por ejemplo el de la economía» (García Blanco 2003: 156).

Dentro de esta dinámica teórica entran en juego los medios de comunicación masiva como subsistema diferenciado funcionalmente. Los *mass media* han de considerarse como reunión de esta doble vertiente propia de los subsistemas diferenciados según su función (autorreferencial y heterorreferencial): por un lado, nutren a la opinión pública de información y, por otro lado, deben perpetuarse por su necesidad en la sociedad (no hay otra forma en que la opinión pública se nutra).

Luhmann observa en los *mass media* para su propia perpetuación un fortalecimiento continuo de la inquietud a través de, sobre todo, una inclinación por los grandes números (catástrofes), la relación de la información con lo local (obviando la interdependencia del sistema y destacando el papel de unos agentes sociales sobre otros) y el tratamiento de temas que generen conflicto o posturas encontradas. La siembra de la inquietud permite su justificación y, a la vez, evita la profundización en los temas que establece como relevantes, puesto que siempre surgen nuevos y

distintos temas que requieren atención —y convierten los temas pasados en irrelevantes—.

Esta generación de inquietud a través de los criterios de la lógica de los *mass media* (discernir entre lo que es noticiable y lo que no) les otorga la posibilidad de consolidar «lo que vale como sabido para la sociedad» (García Blanco 2003: 164) a la vez que dejan espacio para el conflicto dentro de ese conocimiento compartido. En el contexto de la experiencia mediática, la opinión pública se nutre de la información que los medios de comunicación proporcionan. La opinión pública se convierte entonces en lo que los medios de comunicación transmiten: temas que se renuevan continuamente (solo existe la actualidad, los sucesos pasados quedan obsoletos y no admiten profundización) sobre una base de conocimiento común.

Partiendo de estas características —que con un término no especializado podríamos denominar *grietas*— de la sociedad funcionalmente diferenciada se produce la hegemonía de los criterios de ciertos sistemas sobre otros —como el económico—. En la propia naturaleza de los subsistemas se encuentra su perpetuación en el tiempo como meta, por lo que, desde este punto de vista, se puede considerar lógico que un subsistema emplee recursos de otro para su propia perpetuación. En este caso, como se viene desarrollando a lo largo del trabajo, el hecho de que el poder económico tenga tan gran influencia sobre el resto de poderes y sobre la *realidad* social le sitúa en una posición muy ventajosa para aprovechar las peculiaridades de la sociedad funcionalmente diferenciada para su propio provecho.

#### 4.- CONCLUSIONES

Una vez descrita la estrecha relación entre los medios de comunicación masiva, los poderes fácticos y la configuración de la sociedad, en las conclusiones expongo las cuestiones que, a mi entender, han ido abriéndose de forma tangencial al desarrollo del propio trabajo: diversas hipótesis acerca de cuál es el futuro que esta relación nos depara, cuál es el futuro de la sociedad del riesgo.

En estas conclusiones recogemos tres: una revisión a la modernización reflexiva planteada por Ulrich Beck, qué papel puede desempeñar Internet y qué influencia pueden tener el periodismo y los periodistas.

1.- Cuando Ulrich Beck describe la *sociedad del riesgo* alude al contexto de contradicción que germina al vivir en un mundo distinto de la idea que tenemos de él: una idea basada en los principios capitalistas en una sociedad *poscapitalista*. Pero esta situación no se ve como perpetua.

Theodor Adorno y Max Horkheimer, autores de *Dialéctica de la Ilustración*, ya confiaban en que el propio progreso humano se regularía a sí mismo para no poner en peligro la sociedad. Ulrich Beck, por el contrario, entiende el progreso como fracasado y apunta a una nueva esperanza en el horizonte: la *modernización reflexiva*.

La modernización reflexiva significa que la sociedad, en la medida que su avance progresivo supone un debilitamiento de sus propios fundamentos, irá abriendo cada vez más la brecha de la contradicción hasta evidenciarla. Ulrich Beck confía en que aparecerán casos como el de las aseguradoras más arriba comentado, en que una actividad económica reconoce implícitamente la inseguridad de una actividad industrial. La sociedad devendrá autocrítica con sus fundamentos a medida que las contradicciones se hagan cada vez más evidentes.

Beck recoge en su reflexión la postura de Wolfgang Bonss: «una perspectiva de ese tipo solo se desarrolla cuando se abandona la óptica del orden» (Beck 1996: 219). Lejos de desarrollar una crítica a la modernización reflexiva planteada por Beck, la realidad —desde mi punto de vista— parece más cercana a dar la razón a Wolfgang Bonss.

Ulrich Beck describió la sociedad del riesgo sirviéndose de la crisis económica que vivió la República Federal Alemana en la primera mitad de la década de los ochenta (Cfr. Beck 1998): el desempleo masivo evidenció que la población en riesgo de pauperización ante recesiones seguía proviniendo de los estratos más bajos. La crisis azotó a una gran parte de la población que era homogénea desde una perspectiva económica pero cuyo nexo había desaparecido. El individualismo provocó

que cada sujeto tuviera que enfrentarse a la crisis y a su descenso social desde una perspectiva individual, en el que la culpa del fracaso vital se cargaba sobre los propios hombros. El desempleo masivo, por tanto, no encontró una respuesta masiva, ni tampoco homogénea o coordinada.

Las sociedades occidentales han superado varias de estas crisis con éxito sin sufrir severas modificaciones en la configuración social, hasta el punto de que se pueden identificar claramente los rasgos de la crisis descrita por Beck —hace nada menos que tres décadas— en la coyuntura que vive España en la actualidad.

Otro ejemplo de —lo que yo llamo— *asimilación de la reflexividad* en la modernidad lo podemos observar en el ámbito del rechazo a la modernidad. Anthony Giddens dice que «la modernidad produce *diferencia, exclusión y marginación*» (Giddens 1996: 39) porque las clases sociales más bajas se encuentran excluidas del acceso al nivel económico y sociocultural que permite escoger un estilo de vida —la oferta básica del programa liberal—. Esta negación del acceso a la *libertad* del estilo de vida moderno puede provocar *otro* estilo de vida basado en el rechazo. Sin embargo, esto no tiene consecuencias para la sociedad gracias a la socialización mediática y el secuestro de la experiencia: los fenómenos de pobreza o de crítica al sistema no aparecen como norma general en los medios de comunicación masiva. El mundo de los medios masivos es un escenario enfocado a las clases medias que son las que experimentan el *bienestar* del sistema (en épocas de bonanza), las que consumen y trabajan; una representación idílica para los individuos que sostienen el sistema.

Para comprobarlo tan solo es necesario asomarse a la ventana y contemplar España. Una de las contradicciones del sistema capitalista, las recesiones económicas —en este caso, fomentada por la ínclita burbuja de las hipotecas *subprime*— ha dejado al descubierto la burbuja inmobiliaria en que se basaba la economía española, una burbuja alimentada en muchos casos gracias a casos de corrupción y tratos de favor bien documentados en los que los partidos mayoritarios como, sobre todo, el Partido Popular y el Partido Socialista —entre otros— han tenido un papel fundamental a través de las cajas de ahorro bajo su poder.

No solo eso no ha bastado para provocar una reacción mayoritaria de repulsa en la sociedad; incluso las medidas económicas *de ajuste* se han aplicado sobre partidas sociales y gravámenes que afectan principalmente a las clases medias y bajas. Se ha evidenciado a quién se debe el poder político, que ha optado como objetivo principal rescatar a la banca aun a precio de depauperar a gran parte de la población. Se sigue entendiendo que la crisis es un mero accidente por el que no se puede culpar a nadie —fruto del riesgo inocente— y se admiten como válidas las

consignas de que es responsabilidad de todos la recesión —*hemos vivido por encima de nuestras posibilidades*<sup>6</sup>— y, por tanto, el esfuerzo para la recuperación económica.

2.- El surgimiento de Internet plantea una alternativa a esta sociedad del riesgo narrada unilateralmente desde los focos de poder. Esto es, entendido Internet como un terreno libre de la mediación y no como un producto para la explotación comercial: como medio de comunicación masivo *libre*, multidireccional. Desde esta perspectiva de fuera del orden —como dice W. Bonss— se da la posibilidad de evidenciar las contradicciones del sistema, puesto que los discursos no se supeditan a criterios económicos o ideologías —o no únicamente a la ideología del poder establecido—.

No obstante, Internet todavía queda muy lejos de representar un peligro importante para el orden establecido. En primer lugar, Internet, aunque libre, no constituye una fuente de información que llegue todavía a toda la sociedad<sup>7</sup>: necesita de ciertas aptitudes para su empleo que no todos los estratos sociales cumplen —brecha digital— y de una inversión económica —un sistema operativo y una conexión— que no todo el mundo considera imprescindible.

De este modo, la complicidad de los medios de comunicación todavía resulta fructífera para los poderes políticos y económicos puesto sigue siendo la ventana a través de la que se comprende el mundo para la mayoría de la población. La sociedad contradictoria que se evidencia en Internet apenas cuestiona en la práctica la legitimidad del sistema. El control de los medios de comunicación es una herramienta muy poderosa gracias a su implantación en la sociedad; basta con que ciertas imágenes e informaciones se *omitan* en la televisión para, simplemente, negarles la existencia en la mente de millones de ciudadanos.

Otra cuestión se entrevé: si, ante las informaciones y documentos que circulan por la red destapando contradicciones del sistema, los poderes políticos y económicos apenas se esfuerzan por disimular sus intereses —les basta con refugiarse en los sempiterna legitimidad democrática, crecimiento económico, progreso—, ¿qué medidas no tomarán para asegurar la perpetuación de sus posiciones privilegiadas? ¿Permanecerá libre Internet si crece hasta convertirse en un problema? Ya existen en marcha proyectos para ejercer un mayor control en la red de acuerdo a los postulados

---

<sup>6</sup> La frase «hemos vivido por encima de nuestras posibilidades» ha sido una consigna extensamente repetida durante la crisis económica en España en medios de comunicación y discursos oficiales; tanto que se ha convertido en un tópico que es satirizado, polemizado y que genera —escrita literalmente, a 5 de octubre de 2012— más de dos millones de resultados en el motor de búsqueda Google.

<sup>7</sup> En el Estudio General de Medios del año móvil de abril de 2011 a marzo de 2012 (disponible en <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>) la penetración de Internet se cifra en el 43,4%, lejos de los medios principales como la radio (59,3%) o la televisión (88,6%). A pesar de haber superado a los periódicos (penetración del 36,9%), los medios informativos más consultados en Internet son las versiones digitales de estos o de cadenas de radio o televisión.



de la sociedad industrial<sup>8</sup>. Desde mi punto de vista, el poder establecido ha demostrado sobradamente que no abandona su posición privilegiada aunque quede en evidencia y que explota sus herramientas (poder simbólico y coercitivo) hasta el nivel que sea necesario, en un pulso constante de unos hombres contra otros hombres que ha perdido la perspectiva y cualquier rasgo de humanidad. En caso de la libertad de Internet sea cercenada por la censura, la teoría de la modernización reflexiva sería refutada de nuevo, al menos por esta vía.

3.- Durante este trabajo se menciona explícita e implícitamente al periodismo, tanto como parte implicada en el nacimiento de los medios de comunicación —y su cristalización en medios de comunicación masiva tal y como hoy los conocemos— como miembro fundamental del ejercicio del poder simbólico, pero el concepto *comunicación masiva* lo engulle sin remedio.

Sin embargo, esto no significa que el periodismo deba capitular pese a llevar tiempo sitiado por los poderes económicos y políticos. Quizás Ulrich Beck, al hablar de la modernización reflexiva, no se refiere a hechos aislados que por sí mismos desmonten el orden establecido y den paso a la modernidad reflexiva; quizás su teoría se ampara en la sinergia provocada por la coincidencia en el tiempo de varias contradicciones.

Los periodistas —y los formadores de periodistas— todavía conservan un gran poder; a pesar de que quizás exista cierta decepción respecto a la profesión por parte de los ciudadanos, el periodismo guarda en su haber la credibilidad suficiente para gran parte de la población y, más importante, el monopolio de la información *periodística*, la información que es considerada como la descripción de la realidad, como una observación de primer orden. Mi formación como periodista me obliga a creerlo así.

El acercamiento de este trabajo a la sociología no es casual, puesto que las contradicciones evidenciadas despiertan incongruencias en la manera de entender el mundo: la observación de segundo orden siempre resulta más esclarecedora para comprender qué es lo que falla en cualquier mapa de interacciones. Para definir la parte y cómo se integra en el todo.

En este sentido, considero que el periodismo y los propios periodistas cuentan con una gran oportunidad para reflexionar sobre la sociedad en la que se desenvuelven —y que contribuyen a configurar— y sobre sí mismos y su esencia. Y

---

<sup>8</sup>El proyecto de ley SOPA (Stop Piracy Online Act) en los Estados Unidos es un buen ejemplo de la polémica que han levantado ciertas medidas legislativas que se sospecha que, bajo el pretexto de luchar contra la piratería, plantan las primeras bases para el control de la libertad de expresión en Internet.

deben aprovechar esta oportunidad porque las crisis económicas, que son las que más destapan las contradicciones del sistema, no duran siempre; porque un Internet no mediado, que también cuestiona los fundamentos del orden, puede que tampoco dure eternamente.

Una crisis económica no resulta suficiente para socavar los poderes económicos y políticos; Internet, por el momento, tampoco; ni siquiera el periodista más intrépido y comprometido puede mejorar por sí solo la sociedad. Esto invita a hacer conjeturas pesimistas sobre el futuro. Sin embargo, quizás Ulrich Beck tenga razón en su teoría de la modernización reflexiva.

Quizás un conjunto de contradicciones pueda hacer frente al monopolio simbólico de los poderes fácticos. Quizás el periodismo se sienta contrariado por la divergencia entre los tratamientos que se dan en los nuevos medios digitales frente a los tradicionales, cuyo desembarco en Internet se limita a una mera versión electrónica de la edición de papel en muchos casos; o que se plantee si hay alguna causa tan noble como para justificar la penuria de un sector de la población, siquiera de una persona.

Quizás los periodistas que, consciente o inconscientemente, contribuyen con sus narraciones de la realidad a la construcción de la realidad para gran parte de la sociedad reflexionen acerca del mundo y de su papel en él. Quizás —y también ojalá— los periodistas retomen su poder independiente y crítico vuelvan a ladrar frente a los intrusos que llevan tanto tiempo queriendo adueñarse de su territorio.

## BIBLIOGRAFÍA

ARAGÜÉS, Juan M. Masa y posmodernidad. En: Riff-Raff. Revista de Pensamiento y Cultura [en línea]. [Consulta el 29 de septiembre de 2012]. Disponible en: <[http://riff-raff.unizar.es/masa\\_y\\_posmodernidad.html](http://riff-raff.unizar.es/masa_y_posmodernidad.html)>

BAUMAN, Zygmunt. "Modernidad y ambivalencia". En: BERIAIN, J. (Comp). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. 1996. Barcelona: Anthropos.

BECK, Ulrich. "Teoría de la modernización reflexiva". En: BERIAIN, J. (Comp). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. 1996. Barcelona: Anthropos.

BECK, Ulrich. "Teoría de la sociedad del riesgo". En: BERIAIN, J. (Comp). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. 1996. Barcelona: Anthropos.

BECK, Ulrich. 1998. *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. 1ª edn. Barcelona: Paidós.

BERIAIN, Josetxo. 1996. *Las consecuencias perversas de la modernidad*. 1ª edn. Barcelona: Anthropos.

BOURDIEU, P. 2012. "Cómo se forma la 'opinión pública'". En: *Le monde diplomatique* [en línea]. Enero de 2012 [Consulta el 25 de septiembre de 2012]. Disponible en: <<http://www.eldiplo.org/notas-web/como-se-forma-la-opinion-publica>>

GARCÍA BLANCO, J. M. 2003. "La construcción de la realidad y la realidad de su construcción". *Doxa Comunicación*, Vol. 1, pp. 149 - 170.

GIDDENS, Anthony. "Modernidad y autoidentidad". En: BERIAIN, J. (Comp). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. 1996. Barcelona: Anthropos.

LUHMANN, Niklas. "El concepto de riesgo". En: BERIAIN, J. (Comp). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. 1996. Barcelona: Anthropos.

RUIZ DE MAYA, S. and C. A. MARTÍNEZ CLARES. 2007. "El rol de la televisión en la valoración del materialismo y su influencia en la eficacia publicitaria".

En: *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, Vol. 11, nº 1, marzo 2007, pp. 7 – 25.

THOMPSON, John B. 1998. *Los media y La modernidad. Una teoría de dos medios de comunicación*. 1ª edn. Barcelona: Paidós.