

Los estudios de comunicación en España han llegado a la mayoría de edad. Sin embargo, estas efemérides necesitan, para adquirir visibilidad pública, algunos hitos. La obra de la Dra. Leonarda García Jiménez, sin duda, cumplirá esta función en la historia de la investigación española, porque permite espejarnos y tomar conciencia de quiénes y cómo somos. Esta detallada y profunda investigación es de una oportunidad indiscutible. Quizás hace algunos años no hubiera tenido sentido pero, hoy por hoy, da fe del crecimiento de este campo de investigación. Este trabajo está destinado a convertirse en una referencia ineludible para los estudiosos de la comunicación española. Nos encontramos ante un conocimiento sólido que busca su fundamentación en la epistemología y que supera airoosamente las grandes dificultades de delimitación del objeto de estudio de la comunicación. Lo que caracteriza al libro es su rigor y profundidad, pero no se trata de un conocimiento ajeno al contexto en que se produce, de ahí la importancia de la amplia contextualización de la sociedad contemporánea que hace la autora. Después de varias décadas de investigación en comunicación, se hacía cada vez más necesario que se pusiera algo de orden, sobre todo por la gran cantidad y variedad de investigaciones que en los últimos años se han publicado. Ésta es, sin duda, la gran aportación de esta obra: hacer una propuesta clasificatoria que aporta una enorme claridad sobre la situación española.

Para finalizar, quisiera decir que la obra de la Dra. Leonarda García Jiménez es un excelente punto de partida para ver lo que se ha hecho hasta ahora y, por ende, lo que falta por hacer. En ella se recoge y clasifica el esfuerzo investigador de muchas personas. De vez en cuando, las comunidades epistémicas deben detenerse en el camino y contemplar lo que se ha hecho. Esto es lo que nos ofrece, de forma espléndida, este libro. Cualquier investigador español o extranjero que desee tener un plano detallado de la investigación española en comunicación, encontrará en las próximas páginas un texto imprescindible.

MIQUEL RODRIGO ALSINA  
*Catedrático de Teoría de la Comunicación*  
(Extraído del prólogo)

Leonarda García Jiménez  
LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN ESPAÑA:  
UN MAPA SOBRE EL TERRITORIO DE NUESTRA INVESTIGACIÓN (1980-2006)

Leonarda García Jiménez



LAS TEORÍAS  
DE LA COMUNICACIÓN  
EN ESPAÑA: UN MAPA  
SOBRE EL TERRITORIO  
DE NUESTRA  
INVESTIGACIÓN  
(1980-2006)

ISBN 978-84-309-4654-9



9 788430 946549

tecnos

1209292  
www.tecnos.es

tecnos

tecnos

Diseño de cubierta:  
J. M. Domínguez y J. S. Cuenca

LA COMUNICACIÓN  
EN EL MUNDO  
DE LA INFORMACIÓN

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.

© LEONARDA GARCÍA JIMÉNEZ, 2007  
© EDITORIAL TECNOS (GRUPO ANAYA, S.A.), 2007  
Juan Ignacio Luca de Tena, 15 - 28027 Madrid  
ISBN: 978-84-309-4654-9  
Depósito Legal: M. 35489-2007  
Composición: Grupo Anaya

*Printed in Spain.* Impreso en España por Level

*A mis padres,  
A Loli, Ginés y Nono*

### CAPÍTULO III

## CONTEXTUALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA: SOBRE LA INFORMACIÓN, LA CULTURA Y EL PODER

*La comunicación está en todas partes, como una fuerza productora de vida.  
Ya entre los componentes biológicos y naturales. En la sociedad. En la cultura.  
Descubierta o inventada también por la mirada con que el hombre contempla su entorno.  
La comunicación es como un prisma, otro cristal de color,  
para ver el mundo que nos rodea y vernos a nosotros mismos*

JORGE URRUTIA

### INTRODUCCIÓN

Esta cita que recojo de Urrutia creo que expresa de manera clara y casi poética la idea principal sobre la que he desarrollado este tercer capítulo: la importancia de la comunicación en la sociedad contemporánea. No se trata de caer en una perspectiva determinista y argumentar con ello que la evolución de la humanidad se ha producido exclusivamente por la comunicación. Por simple que es este argumento, es parcial y erróneo. Obviamente la comunicación no ha sido, ni es, el único motor que ha movido a la humanidad. Ahora bien, en la actualidad se ha consolidado como uno de los más importantes, entre otras razones, debido a la importancia de los medios de comunicación e incluso a la dependencia que el resto de ámbitos (científico, médico, político, económico...) tiene de las industrias culturales.

En general, el contexto en el que se enmarcan los estudios de Ciencias de la Comunicación contemporáneos es el de una emergente sociedad de la información, con un significativo desarrollo de las tecnologías de la comunicación y una influencia poderosa y a largo plazo de los *media*. Históricamente, la comunicación ha dependido en gran medida de los avances técnicos, por lo que parece aún más evidente la importancia de las nuevas tecnologías en los estudios de Teoría de la Comunicación, que no deben y no pueden dejar de lado el fenómeno de interconexión planetaria que hace posible, entre otros, Internet y las nuevas formas de comunicación relacionadas. «Hoy no es válida una Teoría de la Comunicación que ignore a Internet» (FERNÁNDEZ AREAL, 2001: 56). De hecho, la evolución de la propia Teoría de la Comunicación ha estado ligada al progreso industrial. En 1844 nace el telégrafo, en 1846 la ro-

tativa, la linotipia en 1886 o el uso generalizado de la bobina de papel continuo, fenómenos todos ellos que acabarán por definir a la comunicación de masas en una etapa decisiva de la historia de la humanidad, crucial para entender el proceso comunicativo a través de unos medios que llegan a muchos a la vez (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1992).

Antes de conceptualizar estos supuestos, es conveniente señalar que en nuestra disciplina las aproximaciones teóricas a la sociedad desde el punto de vista de la información y de la comunicación resultan claves, dado que «la investigación tiene que estar en diálogo permanente con la realidad social a la que se debe» (RODRIGO ALSINA, 2001: 23). Una investigación que se desarrolle de espaldas a la sociedad, aparte de poco útil, es un acto de erudición estéril, escasamente ético y, si se me permite, incluso insolidario. Porque hoy más nunca son necesarios estudios que ayuden a desentrañar la compleja sociedad contemporánea (LUHMAN, 1996). Así que para comprender las teorías de la comunicación que se han desarrollado en España, primero hay que hacer lo propio con el contexto social, porque la teoría siempre es hija de su tiempo. Hay que tener en cuenta que las teorías emergen en un contexto social histórico concreto, por lo que el presente capítulo responde precisamente a la pregunta de cómo es ese presente. Respondiendo a esta pregunta, la Teoría de la Comunicación nos está ayudando a comprender de una manera profunda el contexto en el que nos movemos, hecho que es imprescindible para todo aquél que desee dedicarse de una manera profesional al fascinante mundo de la comunicación. De lo contrario, ¿puede interpretar un periodista la actualidad informativa si no comprende el mundo en el que se mueve? ¿cómo reflejará en un producto audiovisual un director de cine o un guionista una sociedad que es una pura incógnita para él? ¿logrará dar con las claves de una campaña el publicista que únicamente ve en el mercado una sociedad de consumo?

Por lo tanto, uno de los primeros pasos a seguir en la aproximación a las Teorías de la Comunicación será exponer cómo es la sociedad, desde una perspectiva comunicativo-tecnológica general, en la que se mueven los estudios señalados.

¿Cuáles serán las claves en las que me centraré para desentrañar a la sociedad de la información? No es esta una cuestión baladí, porque debido a la complejidad que caracteriza a las sociedades desarrolladas, podría tratar en este primer capítulo infinidad de aspectos. He seleccionado tres que, desde mi punto de vista, pueden ayudarnos a entender un poco mejor el entorno en el que nos movemos: en primer lugar, la importancia que la información ha adquirido en la contemporaneidad hasta tal punto que se ha convertido en una de las fuentes principales de riqueza del sistema; en segundo, desarrollaré la democratización contemporánea de la cultura, aspecto en el que ha resultado vital la emergencia de la comunicación de masas. Por último, creo que la institucionalización de la comunicación mediática, o lo que es lo mismo, la consolidación de los medios de comunicación como una de las instituciones sociales más poderosas, es otro aspecto que completará la aproximación a la sociedad contemporánea que esbozo en este tercer capítulo.

## 1. EL PAPEL DEL SABER Y LA INFORMACIÓN EN EL TERCER MILENIO

La información, el saber y el conocimiento se presentan como las principales fuentes de poder y riqueza en la sociedad contemporánea. Pero esta importancia no es una cuestión novedosa, dado que ya en la década de los 70, Daniel Bell (1976) mostraba los cambios que se estaban produciendo en la sociedad del momento, transformaciones cuyo motor principal eran la ciencia y la tecnología. «Unos cambios científicos y tecnológicos que están revolucionando la estructura social» (BELL, 1976: 61). Pero el autor norteamericano fue más allá, puesto que apuntó «la consolidación de la ciencia y los valores cognoscitivos como necesidad institucional básica de la sociedad» (BELL, 1976: 64-65), hasta tal punto el conocimiento se presenta como una de las fuentes más importantes de cambio. Si bien esta situación ya era una realidad en la década de los setenta, hoy en día se encuentra más potenciada debido al desarrollo y auge de las tecnologías de la información y de la comunicación<sup>1</sup>. Por eso dedicaré en este primer apartado una especial atención a la importancia del actual modelo de desarrollo sociotécnico, modelo que está fundamentado en las nuevas tecnologías (informática, telecomunicaciones, nuevos entornos virtuales, etc.).

### 1.1. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Partiré del hecho de que un nuevo mundo está tomando forma en este fin de milenio (CASTELLS, 1998: III, 369), ahora ya, nuevo milenio. En él resulta clave el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación. En este sentido, son muchas las denominaciones acuñadas para definir a la contemporaneidad: sociedad de la información, de la complejidad, digital, de la comunicación, del conocimiento... (SAPERAS, 1998: 31 y PÉREZ TAPIAS, 2003). Quizá una de las expresiones que ha alcanzado un mayor grado de popularidad en Europa (así lo hacen los informes E-Europe o las cumbres mundiales organizadas por la ONU), sobre todo en los ámbitos político e institucional, es la de sociedad de la información.

En España, los informes de referencia en el análisis del desarrollo e implantación de las nuevas tecnologías (como es el caso de los elaborados por Telefónica o Auna), también apuestan por la expresión sociedad de la información; así también lo hacen los planes gubernamentales españoles para el impulso de las nuevas tecnologías en nuestro país (*Info XXI, España.es y Avanza*).

Por todo ello, puede ser que la expresión sociedad de la información haya alcanzado un mayor grado de popularidad que el resto, pero lo que parece evidente es que vivimos en una sociedad que se encuentra en una mutación permanente y

<sup>1</sup> Las tecnologías de la información y de la comunicación, cuya eclosión se produce en la década de 1970, estarían conformadas por: la microelectrónica, la optoelectrónica, las telecomunicaciones/televisión/radio y la informática (máquinas y software) (CASTELLS, 2000: 60), aunque es Internet la que se ha consolidado en el siglo XXI como una de las más determinantes.

acelerada (RODRIGO ALSINA, 2001: 23). De esta manera, la sociedad de la información sería la «estructura económica y de vida cotidiana que integra todo tipo de información como principal fuente de creación de riqueza, de producción de conocimiento, de distribución de mensajes y, finalmente, de estrategia para la toma de decisiones» (SAPERAS, 1998: 31).

Desde el informe *La Sociedad de la información en España. Perspectivas 2001-2005* (Telefónica, 2003) se aporta la siguiente definición: «Estadio de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y Administraciones Públicas) para obtener y compartir información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera». Esta segunda aproximación conlleva una mayor carga ideológica que la primera, ya que suponer que todos los ciudadanos tienen capacidad de acceder a la información de una manera casi ilimitada es una cuestión, cuanto menos, arriesgada. Si definiéramos de esta manera nuestro tiempo, diríamos que la sociedad de la información es un proyecto que está por venir, dado que el acceso a la elaboración, manipulación y difusión de la información todavía es limitado, como pone en evidencia la existencia de la brecha digital, es decir, la existencia de ciudadanos que no acceden o no saben aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías.

En este sentido, algunos autores (MATTELART, 2002 y PÉREZ TAPIAS, 2003) han denunciado la aparición de una ideología de la comunicación que únicamente pone de relieve los beneficios que supone el uso de las nuevas tecnologías y oculta los riesgos que entraña la adopción del desarrollo tecnológico: desde la pérdida de la privacidad, el ritmo vertiginoso de crecimiento con los consiguientes excluidos o marginados... hasta los riesgos de un bloqueo a gran escala de toda una sociedad sistemáticamente organizada en torno a una tecnología potente, pero vulnerable (PÉREZ TAPIAS, 2003). El hecho mismo de que en la pretendida sociedad de la información, la información no se genere, transmita, ni distribuya adecuadamente, sino que, por el contrario todo ello se haga de manera muy desigual, es lo que provoca un cierto desorden en el sistema.

En una concepción similar a la acuñada por Saperas (1998), Castells (2000: 51) apuesta definitivamente por sociedad informacional. La diferencia principal con el concepto sociedad de la información es que el adjetivo informacional implica una dimensión diferente y más innovadora: «Yo sostengo que la información en su sentido más amplio, es decir, como comunicación del conocimiento, ha sido fundamental en todas las sociedades, incluida la Europa medieval [...] En contraste, el término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de productividad y poder debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico» (CASTELLS, 2000: 51).

Castells apunta que históricamente siempre ha sido importante estar en posesión de la información, pero la peculiaridad de esta sociedad de la información/sociedad informacional (en adelante usaremos indistintamente ambas expresiones) con respecto a épocas anteriores, es que ahora la generación, manipulación y difusión de la misma, es la fuente principal de poder y riqueza. Esto es posible gracias al actual desarrollo tecnológico que ha alcanzado el mundo desarrollado.

En este contexto, tener acceso a la información (saber manejarla y aprovecharla) para formar parte del mismo, se ha convertido en una tarea determinante. Ahora bien, quizá la contrapartida más importante que tiene esta situación es que la información, junto con el aire y el agua, se ha convertido en el elemento más abundante, pero también en el más contaminado del planeta (RAMONET EN MÉNDEZ RUBIO, 2003: 101). Creo que esta situación es bastante obvia, dado que al ser la información una herramienta esencial para la conquista del poder, en ocasiones la información estará supeditada a intereses económicos, políticos, científicos... Podría decirse, que ese tipo de información que no aboga por la conquista de la verdad, sino que sirve a intereses varios, es lo que denominaríamos como información contaminada (de partidismos, de reduccionismos, etc.).

La categoría que en la sociedad contemporánea adquiere la información (hasta tal punto que la hemos llegado a definir como una sociedad de la información o informacional), se explicará en el siguiente apartado, en el que desarrollamos la importancia de la misma, junto con el saber como fuente de poder y riqueza.

## 1.2. EL CONOCIMIENTO COMO GENERADOR DE PODER Y RIQUEZA: LA EMERGENCIA DEL PARADIGMA INFORMACIONAL

Bell (1976: 29) en la década de los 70 ya apuntaba que en la sociedad postindustrial de aquel momento, el saber (la ciencia y el conocimiento) eran los verdaderos impulsores del desarrollo social, económico, cultural... Además, esta sociedad postindustrial «se organiza en torno al conocimiento para lograr el control social y la dirección de la innovación y el cambio, y esto a su vez da lugar a nuevas relaciones sociales y nuevas estructuras que tienen que ser dirigidas políticamente» (BELL, 1976: 34). También Foucault (1994) ha señalado que el conocimiento genera poder y que históricamente los sistemas de dominación han estado basados en él.

Haré una breve matización a la sociedad postindustrial que teorizó Bell. Para este autor (BELL, 1976: 32), la economía de aquella sociedad (década de los años 70 del siglo XX) se basaba principalmente en la comercialización de los servicios. Pero el sistema capitalista ha dado un nuevo giro, dado que, en la contemporaneidad, el sistema tiene como principal fuente de ingresos el ocio y el entretenimiento, en una economía en la que es más importante acceder que poseer. Apunta Rifkin (2000: 13-21) que en la época moderna la propiedad y el mercado eran prácticamente sinónimos, de hecho la economía capitalista se fundó sobre la idea del intercambio de propiedad en el mercado (proceso de comprar y vender cosas). La nueva realidad económica está contribuyendo a que la sociedad reconsidere los tipos de vínculos que definirán a las sociedades venideras. En esta nueva «era del acceso» los mercados dejan sitio a las redes y el acceso sustituye cada vez más a la propiedad, lo que obviamente no significa que ésta desaparezca, sino que empieza a abandonarse la realidad básica de la vida económica moderna: el intercambio mercantil de la propiedad entre compradores y vendedores. «Lo que sucede con la propiedad es que es menos probable que se intercambie en el mercado, sino que los proveedores se la quedan y la ceden en

alquiler con opción de compra, arrendamiento, la alquilan o cobran una cuota de admisión [...]. En la economía red, en lugar de intercambiar la propiedad las empresas acceden a la propiedad física e intelectual. Por ello el capital intelectual es la fuerza motriz de la nueva era y lo más codiciado» (RIFKIN, 2000: 17).

Y en este punto radica una de las grandes transformaciones de la sociedad contemporánea, que consiste en que para disfrutar algo no hace falta poseerlo, basta con tener acceso a él. Así, el autor (RIFKIN, 2000) expone que si bien en el capitalismo industrial el régimen de propiedad era el fundamento que daba sentido a la economía y al sistema en general, en el emergente capitalismo cultural se está produciendo una transición hacia el acceso. Los conceptos, las imágenes, las ideas y no las cosas son los artículos de valor en la nueva economía. El valor ya no está asociado a la posesión material, sino que, en parte, queda virtualizado, es intangible, puesto que reside en la imaginación y la creatividad humanas en vez de en el capital físico. El capital intelectual rara vez se intercambia sino que los proveedores (que han sustituido a los vendedores y los usuarios a los compradores) lo retienen rigurosamente y arriendan u ofrecen a otros la licencia de uso por un tiempo limitado.

«Las empresas ya han hecho parte del camino de transición de la propiedad al acceso. Están vendiendo sus bienes raíces, reduciendo sus inventarios, cediendo sus equipos y subcontratando sus actividades en una carrera a vida o muerte para desembarazarse de cualquier tipo de propiedad física [...] En el mundo comercial contemporáneo se pide en préstamo la mayor parte de todo lo que se necesita para llevar adelante el aspecto físico de un negocio» (RIFKIN, 2000: 17).

Para Castells (1997) la evolución de la sociedad, desde la emergencia de la modernidad con la primera Revolución Industrial (finales del siglo XVIII) sería la siguiente: sociedad industrial (se tienen acceso a los bienes producidos por otros); sociedad postindustrial (nace después de la II Guerra Mundial, los individuos acceden también a los servicios prestados por los otros) y sociedad de la información (a partir de la década de los 70 —siglo XX— se tiene acceso a los bienes, servicios e información generada por los otros).

Realizada esta breve matización en la que se expone el cambio en el ámbito económico que se ha producido desde la sociedad postindustrial (BELL, 1976) a la de la información y continuando con el trabajo de Bell, la idea de que la sociedad se organiza en torno al conocimiento (FOUCAULT, 1994) para lograr el control social y la dirección de la innovación y el cambio que hemos apuntado, entroncaría directamente con las teorizaciones que décadas más tarde realiza Castells (2000: 103) cuando apunta hacia la emergencia del paradigma informacional y de un modelo socioeconómico basado en el manejo, control y propiedad de la información, que se convierte en el bien máspreciado.

Por ello, el paradigma descrito por Castells representaría un cambio revolucionario en la sociedad y por ende en las teorizaciones que sobre ella se formulan. Este nuevo paradigma está basado en las tecnologías de la información (CASTELLS, 2000: 103) tiene como principal característica que la información es su materia prima: «Son tecnologías para actuar sobre la información, no sólo información para actuar sobre la tecnología, como en las revoluciones tecnológicas previas» (ibídem). Es decir, la «materia» o el «producto» sobre el que traba-

jan las nuevas tecnologías es la información. Como se puede observar, esta circunstancia difiere radicalmente de la anterior revolución tecnológica, esto es, de la Revolución Industrial. En ella, las nuevas tecnologías de aquella época, como la máquina de vapor, la hiladora de varios usos o el proceso de Cort en metalurgia (CASTELLS, 2001: 64) tenían como productos o materias principales el motor, el hilo o el hierro, respectivamente.

Además, otro rasgo del paradigma informacional contemporáneo «hace referencia a la capacidad y penetración de los efectos de las nuevas tecnologías» (CASTELLS, 2000: 103). Al ser la información parte fundamental de nuestras vidas —dirá Sfez (1995) que todo en ellas es comunicación— y ser ésta a su vez el eje articulador de los nuevos desarrollos tecnológicos, las nuevas tecnologías son también parte fundamental de nuestras vidas y por lo tanto su capacidad de penetración es muy elevada (pues irradian en todos los ámbitos de la existencia humana): «Todos los procesos de nuestra existencia individual y colectiva están directamente moldeados (aunque sin duda, no determinados) por el nuevo medio tecnológico» (CASTELLS, 2000: 103). Un sistema que está interconectado a través de una morfología de red, adaptada para una complejidad de interacción creciente y para pautas de desarrollo impredecible. Esta lógica de interconexión (propiciada por las nuevas tecnologías) provoca que, al ser la tendencia creciente la conexión de actividades, lugares e individuos, los que quedan excluidos del sistema cada vez tienen menos posibilidades de subsistir y desarrollarse, porque cada vez quedan menos actividades que no están inmersas en la lógica reticular.

«El paradigma de la tecnología de la información se basa en la flexibilidad» (CASTELLS, 2000: 104). Al igual que veremos más adelante con el espacio de los flujos, la flexibilidad, adaptabilidad y posibilidades de cambio son otras características del nuevo modelo socioeconómico: «Lo que es distintivo del nuevo paradigma es su capacidad para reconfigurarse, un rasgo decisivo en una sociedad sometida al cambio constante y a la fluidez organizativa» (CASTELLS, 2000: 104).

Un sistema en el que se produce la convergencia de las tecnologías de la información, donde «la microelectrónica, las telecomunicaciones, la optoelectrónica y los ordenadores están ahora integrados en sistemas de información» (CASTELLS, 2000: 105). Cabe prever que esta tendencia irá en aumento, dado que se persigue el objetivo de que, por ejemplo, las conexiones a Internet sean multisportes, de tal manera que se procure un acceso a todos los servicios de la red de redes independientemente del lugar o el dispositivo de conexión (como es el caso de la convergencia de Internet con la televisión y la radio digital).

Así, la idea fundamental del paradigma informacional del que habla Castells es que se trata de una nueva época, definida por la emergencia de las nuevas tecnologías contemporáneas, que ayudan a crear un sistema que concentra el poder en la información (y por ende en el desarrollo tecnológico); modelo que tiene una enorme capacidad de adaptabilidad e interconexión, además de un carácter abierto, integrador y complejo.

En esta misma dirección, Lyotard (1998: 17) señala que el saber será el mayor invite en la competición mundial por el poder: «Al igual que los Estados-naciones se han peleado por dominar territorios, después para dominar la disposi-

ción y explotación de materias primas y de manos de obra barata, es pensable que se peleen en el porvenir por dominar las informaciones».

Pero el hecho de que el conocimiento sea necesario para el funcionamiento de cualquier sociedad no es una situación novedosa de la contemporaneidad, para Bell (1976: 44): «Lo que caracteriza a la sociedad es el cambio en el carácter del mismo. Lo que ha llegado a ser relevante para la organización de las decisiones y la dirección del cambio es el carácter central del conocimiento teórico, la primacía de la teoría sobre el empirismo». Según Bell (1976: 44) cada vez más los adelantos en cualquier campo dependen de la prioridad del trabajo teórico, que codifica lo que se conoce y señala el camino para una confirmación empírica. Nos encontramos frente al nacimiento de una nueva sociedad que está suponiendo un cambio histórico, pues «las viejas relaciones sociales (que se asentaban sobre la propiedad), las estructuras de poder existentes (centradas sobre las élites reducidas) y la cultura burguesa (basada en las nociones de represión y renuncia a la gratificación) se estaban desgastando rápidamente. Las fuentes del cataclismo son científicas y tecnológicas» (BELL, 1976: 57).

Debido a la incidencia de las nuevas tecnologías, quizá una de las peculiaridades más destacables en la transmisión del conocimiento en la contemporaneidad sea la infinidad de posibilidades que permiten las tecnologías de la información y de la comunicación, donde Internet cobra un especial protagonismo: «La incidencia de esas transformaciones tecnológicas —la telemática y la puesta a punto de terminales inteligentes— sobre el saber parece que debe de ser considerable [...]. Es razonable pensar que la multiplicación de las máquinas de información afecta y afectará a la circulación de los conocimientos, tanto como lo ha hecho el desarrollo de los medios de circulación de hombres primero (transporte), de sonidos e imágenes después (*mass media*)» (LYOTARD, 1998: 14-15).

Efectivamente, la inmediatez en la consulta de información, la difusión de la misma entre los propios usuarios, la multiplicidad de fuentes posibles sobre cualquier tipo de temática, la posibilidad de consultar/crear/enviar la información de manera multisoporte... provocan una radical transformación, entre otras, en la transmisión del saber, con unas conquistas del espacio-tiempo que no han tenido precedente en la historia. Las modificaciones que las nuevas tecnologías imprimen sobre el conocimiento no están únicamente relacionadas con el acceso a un mayor volumen de información o la conquista del espacio, puesto que además, aquél tipo de saber que no pueda ser traducido a un lenguaje informático estará condenado a la desaparición: «En esta transformación general, la naturaleza del saber no queda intacta. No puede pasar por los nuevos canales, y convertirse en operativa, a no ser que el conocimiento pueda ser traducido en unidades de información (bit). Se puede, pues, establecer la previsión de que todo lo que en el saber constituido no sea traducible de ese modo será dejado de lado, y que la orientación de las nuevas investigaciones se subordinará a la condición de traducibilidad de los eventuales resultados a un lenguaje de máquinas» (LYOTARD, 1998: 15). Es decir, el saber o el conocimiento que no pueda ser digitalizado tenderá a desaparecer en esta sociedad de la información.

### 1.3. UNA ÉPOCA DE TRANSICIÓN: EL ESPACIO DE FLUJOS EN LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA INFORMACIONAL

Bell aseguraba que en la década de los 70 (siglo XX) vivíamos en una época intersticial, esto es, en un tiempo de transición entre dos períodos. Hoy, con algo más de perspectiva histórica, podríamos afirmar que nos seguimos encontrando en una época de transición, aunque ya se ha superado el estado concreto al que aludía el autor.

Por tanto, si ya en la década de los 70 los teóricos destacaban la importancia del saber, así como de la ciencia y la tecnología, en el siglo XXI (transcurridos más de treinta años), en plena Revolución Tecnológica Informacional, la comunicación, la información, el saber y el conocimiento tienen una importancia que resulta determinante, como factores de creación de poder y riqueza.

También queda relativamente consensuado el hecho de que nos encontramos inmersos en una revolución tecnológica, «iniciada en el segundo milenio de la era cristiana, y centrada en las tecnologías de la información, que está reconfigurando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado» (CASTELLS, 2000: 31). Quizá la característica más evidente de la presente revolución no sea únicamente el carácter central del conocimiento y la información, sino «la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos» (CASTELLS, 2000: 62). Es decir, que las nuevas tecnologías son herramientas y procesos, donde usuarios y creadores pueden ser los mismos: «De este modo, los usuarios pueden tomar el control de la tecnología, como en el caso de Internet» (CASTELLS, 2000: 62).

Para Pérez Tapias (2003: 17) el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación ha dado lugar al nacimiento de la III Revolución Industrial, «en la que estamos metidos de lleno» y que no hace sino reforzar el papel de la tecnología en nuestra cultura. De hecho, lo que ha generado el desarrollo técnico desde la I Revolución Industrial en el siglo XVIII ha sido revalorizar el poder de la tecnología como motor de cambio; además de aumentar de manera espectacular el factor multiplicador de la tecnología que ha pasado a ser de un millón, cuando en la última revolución tecnológica era de mil (PÉREZ TAPIAS, 2003: 19).

Con esta III Revolución emerge una nueva sociedad que constituye el nuevo mundo digital: el digitalismo, una cultura generada en torno a las tecnologías de la información y de la comunicación que implica nuevos comportamientos, conceptos e ideologías (PÉREZ TAPIAS, 2003: 20).

La cuestión del digitalismo también es tratada por Terceiro y Matías en su obra *Digitalismo: el nuevo horizonte sociocultural*. La hipótesis de partida que plantean los dos autores es que en la contemporaneidad asistimos al «nacimiento del digitalismo, primer estadio de algo nuevo y diferente [...] Una nueva forma de organización social y económica» (TERCEIRO y MATÍAS, 2001: 42).

Terceiro y Matías (2001: 43) apuntan las transformaciones más importantes que están aconteciendo en nuestra época y que configuran el paso hacia el digitalismo. Algunas de las más destacadas serían los cambios que se producen en

las relaciones sociales, en los modos de producción y en la estructura económica, así como el fenómeno de la globalización, la economía de la información y las nuevas dinámicas espaciales y temporales.

Castells (1997: 514) continúa argumentando: «Debido a la convergencia de la evolución histórica y el cambio tecnológico, hemos entrado en un modelo puramente cultural de interacción y organización sociales. Por ello, la información es el ingrediente clave de nuestra organización social y los flujos de mensajes e imágenes de unas redes a otras constituyen la fibra básica de nuestra estructura social».

Por ello, debido a la importancia de la información como fuente de poder, merece especial atención la novedosa aportación que realiza aquí el autor con su teorización sobre lo que él ha denominado el espacio de los flujos. Para Castells (1997: 409 y ss.) nuestras sociedades no están construidas en torno a lugares o espacios físicos determinados, sino en torno a flujos: de capital, de información, de tecnología, de interacción organizativa, de imágenes, sonidos y símbolos. Estos flujos funcionan en torno a ejes y nodos, son un elemento de organización social y también son los procesos que dominan nuestra vida económica y política. El flujo quedaría así entendido como el intercambio y la interacción repetitiva que se produce entre las estructuras económicas, políticas y simbólicas que están físicamente desconectadas, alejadas. Evidentemente, esos intercambios se producen entre los actores que operan en esas estructuras económicas, políticas y simbólicas. Por tanto, el lugar, el espacio físico comienza a perder relevancia, aunque continúa siendo una cuestión importante. Para Castells (2000) se han transformado los viejos espacios de acción, donde éstos ya no dependen de la ubicación geográfica, sino que más bien son espacios de flujos (las localidades son relativamente irrelevantes, respecto a los flujos de información, mercancías o poder).

Desde una perspectiva crítica, Pérez Tapias (2003: 21-22) dirá que la red de redes está configurando una nueva realidad sociocultural «en la que nos insertamos», realidad que lleva adscrita de manera inexorable las vulnerabilidades de un sistema cada vez más dependiente de las tecnologías de la información y de la comunicación, las cuales paradójicamente nos liberan —más independencia respecto de la naturaleza—, pero también nos esclavizan —más dependencia del desarrollo tecnológico—. Otra de las paradojas del auge de este tipo de tecnologías es que humanizan —por ejemplo, pueden facilitar la comunicación entre los interlocutores, que ahora tienen nuevas posibilidades de superar la soledad y el aislamiento—, a la vez que deshumanizan al individuo —sería la sustitución de la tecnología humana por la no humana de la que habla Ritzer (2002)— (PÉREZ TAPIAS, 2003: 24).

Este mismo tipo de tecnología provoca que al espacio territorializado característico de la modernidad se agregue la sociedad red (interconectada por las nuevas tecnologías), un espacio reticular, más propio de la posmodernidad. Es decir, como expone Cairo Carou (2002: 22) desde los siglos XV y XVI comenzó a surgir en Europa un espacio político que era esencialmente territorial y que estaba rigidamente demarcado, hasta tal punto que las asociaciones políticas equivalían prácticamente a las asociaciones territoriales (CAIRO CAROU, 2002: 21-22).

De hecho los estados-nación eran demarcaciones territoriales sobre las que un determinado grupo de gobierno ejercía su control, poder y en definitiva la dominación política, para cuyo ejercicio quedaba legitimado el uso de la amenaza y la fuerza física (WEBER, 1964: 43). Pero las tecnologías de la información y de la comunicación han generado transformaciones en este ámbito de lo geográfico político, de tal manera que señalan Alexander y Pal (1998: 23-45) que el espacio político posmoderno se caracteriza por los flujos que se producen en una región global no territorial de redes de computadores. De la misma manera, según Keane (2000: 76) está llegando a su fin la vieja dominación de una vida pública estructurada por el estado y territorialmente limitada a través de diferentes medios como radio, televisión, periódicos y libros. Su hegemonía está siendo rápidamente erosionada mediante el desarrollo de una multiplicidad de espacios de comunicación en red que no están directamente vinculados a un territorio, y que por lo tanto flanquean y fragmentan lo que anteriormente parecía una esfera pública única, espacialmente integrada, en el marco de un estado nación.

Por tanto, puede decirse que ambos espacios (territorializado y reticular) coexisten en la contemporaneidad, porque el ciberespacio no eliminará nunca el espacio geográfico (CAIRO CAROU, 2002: 24).

Según Castells (2000), la tendencia generalizada que se está produciendo es una concentración de poder y de información en áreas metropolitanas muy concretas, que van a ser los nodos de una red conformada por el intercambio de flujos. En palabras de Choucri (2000) se han sistematizado algunas tendencias tales como: el surgimiento de los «estados virtuales», caracterizados por su capacidad de transformar las ideas en influencia política global y la concentración de la ciberpolítica en las aglomeraciones urbanas, donde se da una mayor concentración de cibercomunicaciones.

De hecho, continuando con la teoría que expone Castells —que estaría íntimamente relacionada con la expuesta por Choucri (2000)—, las actividades superiores (servicios financieros y empresariales, seguros, inmobiliarias, consultorías, servicios legales, publicidad, diseño, relaciones públicas, I+D, la innovación científica o los propios medios de comunicación) se concentran en polos específicos (que funcionan a modo de nodos), interconectados los unos con los otros, formando la red. Quizá lo más característico de la misma es que todos los servicios avanzados que hemos señalado pueden reducirse a la generación de conocimiento y de flujos de información (CASTELLS, 1997: 412), siendo esta última una fuerza productora clave (PÉREZ TAPIAS, 2003: 28).

Así, dirán Terceiro y Matías (2001: 235) que en el nuevo horizonte sociocultural propio de la contemporaneidad, nos encontramos frente a nuevas: formas de comunicación, relaciones sociales, prácticas empresariales, mercados financieros, modelos de negocio o redes.

En relación a esto último, hablamos de redes en plural porque no existe una única red de dimensiones globales. Sino que hay muchas, en función de qué actividad se trate. Las redes son estructuras abiertas, capaces de expandirse sin límites, dinámicas... son los instrumentos apropiados para una economía capitalista basada en la innovación, la flexibilidad y adaptabilidad. «Cada red define sus emplazamientos según las funciones y jerarquía de cada uno y las características



del producto o servicio que va a procesarse en ella» (CASTELLS, 1997: 448). De esta manera, el autor señala una de las redes más poderosas de nuestra sociedad, como es la producción y distribución de estupefacientes, «que ha construido una geografía específica [...] Los lugares de producción de coca de Chapare o Alto Beni en Bolivia, o Alto Huallanga en Perú, están conectados a las refinerías y centros de gestión de Colombia, que eran filiales, hasta 1995 de las sedes centrales de Medellín o Cali, conectadas a su vez a centros financieros como Miami, Panamá, las islas Caimán y Luxemburgo, y a centros de transporte, como las redes de tráfico de drogas de Tamaulipas o Tijuana en México, y por último, a los puntos de distribución en las principales áreas metropolitanas de los Estados Unidos y Europa Occidental» (CASTELLS, 1997: 448).

La cuestión está en que ninguna de esas localidades, ni de cualquier nodo que conforme otra red centrada en una actividad diferente, puede existir por sí misma. Por ejemplo, y continuando con el mismo caso de red, «los cárteles de Medellín y Cali, y sus estrechos aliados estadounidenses e italianos, pronto tendrían que cerrar el negocio sin las materias primas producidas en Bolivia o Perú, sin los productos químicos (precursores) proporcionados por laboratorios suizos y alemanes, sin las redes financieras semilegales de los paraísos bancarios y sin las redes de distribución que comienzan en Miami, Los Ángeles...» (CASTELLS, 1997: 448).

Por tanto, dependiendo de la actividad concreta en torno a la cual esté construida la red, unos nodos (polos específicos) tendrán más importancia que otros. Esta jerarquía no es estable, ni está asegurada, sino que está sometida a una feroz competencia, precisamente por el carácter abierto y flexible de las redes.

Pero, a pesar de la existencia de estas múltiples redes, hay un dominio conjunto de Nueva York, Tokyo y Londres en las finanzas internacionales, en los servicios empresariales y de consultoría y en general en el control y difusión de la información y poder (CASTELLS, 1997: 412). Estos tres centros cubren prácticamente las franjas horarias en el mundo entero y funcionan como una unidad. Aunque se trata de nodos «dominantes», evidentemente no son los únicos, dado que Hong Kong, Frankfurt, París, Los Ángeles, San Francisco, Amsterdam o Milán, también son centros importantes tanto en servicios financieros como empresariales de ámbito internacional. Incluso, en ocasiones, sobre todo en las actividades relacionadas con el comercio, algunos de estos nodos adquieren una mayor relevancia que la unidad Nueva York-Tokyo-Londres (CASTELLS, 1997: 412). Además, diversos centros regionales se están uniendo a la red rápidamente, a medida que se desarrollan sus mercados financieros: Madrid, Sao Paulo, Buenos Aires, México, Taipei, Moscú y Budapest, entre otros (CASTELLS, 1997: 413).

Por otra parte, las redes no son únicamente globales, quedando desconectados los ámbitos locales, sino que dentro de cada país, su arquitectura se reproduce en los centros regionales, de tal modo que el conjunto del sistema queda interconectado a escala global (CASTELLS, 1997: 414). De esta forma, las regiones no desaparecen, sino que quedan integradas en redes internacionales que conectan sus sectores más dinámicos. Esta conexión únicamente de sectores específicos es lo que va a provocar el curioso fenómeno de la conexión/desconexión, es decir, nos vamos a encontrar con nodos que están conectados globalmente pero desconecta-

dos localmente de zonas geográficas que en principio presentan una mayor proximidad física. Esto es así porque la red conecta sólo lo que genera valor y aporta beneficios al sistema. A veces estos territorios más cercanos al nodo que concentra la riqueza y el poder, pierden toda su importancia: «Por ejemplo, las colonias populares de la ciudad de México (en su origen, asentamientos ilegales) que representan en torno a los dos tercios de la población de la megalópolis, no desempeñan ningún papel distintivo en el funcionamiento de la ciudad como centro comercial internacional» (CASTELLS, 1997: 414). Por lo tanto, al quedar conectadas a la red aquellas actividades más valiosas, a la vez que la desconexión que apuntábamos, se produce un proceso de regionalización por el cual los ámbitos locales productivos se vuelven más dependientes del contexto internacional.

Se trata de una conexión que explica Cairo Carou (2002: 23) en los siguientes términos: «Las unidades políticas de diferentes tamaños se solapan e interconectan a diversos niveles y por diferentes vías; predomina la tendencia a intercambiar flujos entre las unidades componentes frente a los deseos de establecer límites nítidos entre ellas, y, definitivamente se multiplican los nodos de conexión y se debilitan los nodos centrales de cada unidad».

Muchos de estos nodos que conforman las distintas redes (la mayor parte de ellos) van a ser megaciudades: una nueva forma espacial emergente en la nueva economía global y en la sociedad informacional. Por todo ello, Castells (1997: 436) habla de la emergencia de las megaciudades como el modelo de urbanización del tercer milenio. Son las siguientes: Tokio, Sao Paulo, Nueva York, Ciudad de México, Shanghai, Bombay, Los Ángeles, París, Buenos Aires, Seúl, Pekín, Río de Janeiro, Calcuta y Osaka. A pesar de que se trata de aglomeraciones muy grandes de seres humanos (las que hemos señalado tienen más de diez millones de habitantes) lo que realmente las caracteriza es que son los puntos de la economía global y concentran las funciones superiores de dirección, producción y gestión en todo el planeta: el control de los medios de comunicación; el poder de la política real y la capacidad simbólica de crear y difundir mensajes. Las megaciudades articulan la economía global, conectan las redes informacionales y concentran el poder mundial (CASTELLS, 1997: 437). Aunque no todas ellas son centros dominantes de la economía global, sí que conectan a este sistema global enormes segmentos de población humana.

El papel que desempeñan las megaciudades en nuestro siglo es fundamental ya que son centros de dinamismo económico, tecnológico, social, de innovación cultural y política en sus países y a escala global, los motores reales del desarrollo. El destino económico de sus países, ya sea en los Estados Unidos o en China, depende de los resultados de las megaciudades (ibídem).

Por lo tanto, no pueden ser consideradas según su tamaño, sino en función de su poder gravitacional hacia las principales regiones del mundo. «Hong Kong no es sólo una ciudad de seis millones de habitantes, sino que lo que está surgiendo es una megaciudad de 40 ó 50 millones de personas, que conecta Hong Kong, Shenzhen, Guangzhou, Zhuhai, Macao y pequeños pueblos del delta del río de las Perlas» (CASTELLS, 1997: 437).

Lo más significativo de las megaciudades es que se conectan en el exterior con redes globales y segmentos de sus propios países, mientras que están desco-

nectadas en su interior de las poblaciones locales que son funcionalmente innecesarias e incluso perjudiciales socialmente desde el punto de vista dominante (CASTELLS, 1997: 437).

En una clara referencia a este proceso de globalización, Pérez Tapias (2003: 105) destaca que «las economías nacionales se integran progresivamente en el marco de la economía internacional, de modo que su evolución dependerá cada vez más de los mercados internacionales y menos de las políticas económicas gubernamentales».

En general las megaciudades aumentarán en tamaño y dominio, porque siguen nutriéndose de población, riqueza, poder e innovación. Así pues, pese a todos los problemas sociales, urbanos y medioambientales, seguirán creciendo, tanto en tamaño como en atractivo para la ubicación de las funciones de alto nivel.

Se trata, por tanto, de ciudades informacionales, que no son lugares, sino procesos, puesto que están en continua transformación, precisamente por la dinamicidad del espacio de flujos, en constante movimiento (CASTELLS, 1997: 432).

Por último, apunta Castells las tres capas que conforman el espacio de flujos. La primera capa es el circuito de impulsos electrónicos (telecomunicaciones, microelectrónica, procesamiento informático, sistemas de radiodifusión de alta velocidad... en definitiva, las tecnologías de la información). El segundo nivel de ese espacio de flujos son los lugares específicos que conectan las redes, con sus características sociales, culturales y físicas bien definidas. Estos lugares son los nodos y ejes. La última de estas capas es la organización espacial de las élites dominantes, que gestionan el poder, los asuntos bursátiles, financieros y en general las actividades superiores. Las élites forman su propia sociedad y constituyen comunidades simbólicamente aisladas: definen sus comunidades como una subcultura. De tal manera que el espacio de los flujos estaría compuesto por microrredes personales que proyectan sus intereses en macrorredes funcionales por todo el conjunto global. Es un fenómeno bien conocido en las redes financieras: las principales decisiones estratégicas se toman en comidas de negocios celebradas en restaurantes exclusivos o en fines de semana pasados en casas de campo jugando al golf (CASTELLS, 1997: 450).

Unas élites que crean su propio estilo de vida, más o menos unificado, de tal forma que la elite newyorkina, la londinense y la de Tokio (actualmente la ciudad más poblada del mundo con 33 millones de habitantes) tienen unos estilos de vida similares, aunque sus condiciones locales históricas sean diferentes.

Se construye un espacio relativamente aislado por todo el mundo: hoteles internacionales donde el diseño es similar en todas las partes del mundo; salas para VIP en los aeropuertos ideadas para mantener la distancia frente a la sociedad; acceso móvil, personal y en línea a las redes de telecomunicaciones, para que el viajero nunca se pierda; instalaciones de hidromasaje; trajes de negocios... son símbolos todos ellos de una cultura internacional cuya identidad no se vincula con una sociedad específica, sino con la pertenencia a los círculos gestores de la economía informacional (CASTELLS, 1997: 450).

El aspecto más negativo de esta nueva economía impulsada por unas élites interconectadas a nivel global es que el trabajo está sometido a innovaciones que acarrearán una fuerte tensión entre los trabajadores: la divisoria es muy profunda en-

tre la élite de profesionales altamente cualificados (aquellos que entran de lleno en la producción de la información y en la transmisión de comunicaciones) y la de quienes quedan fuera como trabajadores no cualificados, individualmente prescindibles, sometidos al empleo inestable y precario (PÉREZ TAPIAS, 2003: 99).

## 2. LA DEMOCRATIZACIÓN CONTEMPORÁNEA DE LA CULTURA

Pero el desarrollo tecnológico tiene, aparte de la digitalización, la inmediatez y la democratización en la generación/manipulación/difusión de información señaladas en el anterior apartado, otras repercusiones sobre el conocimiento. Cambia, asimismo, la producción y el consumo de saber, dado que por una parte será producido para ser vendido (LYOTARD, 1998), y por otra, su consumo implicará otro tipo de valores, diferentes a los vigentes hasta el momento: se produce una mutación entre los medios y los fines. Esta mutación entre los medios y los fines entronca directamente con las teorizaciones de los miembros de la Escuela de Frankfurt (entre otros: Adorno, Horkheimer, Marcuse o Benjamin) que criticaron duramente a la cultura generada por la comunicación de masas.

La contrapartida a esta postura es que en la contemporaneidad la cultura se ha democratizado gracias, sobre todo, a la emergencia de la comunicación de masas. Durante el desarrollo de los núcleos urbanos (desde finales del XVIII con la implantación de la Revolución Industrial), éstos acogieron a auténticas oleadas de ciudadanos en busca de una oportunidad con la que poder subsistir. Con el crecimiento de las ciudades se produjo el hacinamiento de personas que poco a poco fueron testigos del paso de una economía de producción a una economía de consumo, ya que el propio capitalismo sufrió en esta época una gran transformación, desde un sistema basado en la fabricación y el ahorro prudente, a un sistema dependiente del consumo, fenómeno que desde entonces se ha caracterizado por una continua expansión, hasta llegar, tal y como se ha apuntado en el apartado anterior, a un capitalismo de acceso.

Como vemos, el fenómeno de la cultura y la comunicación de masas no ha estado exento de polémica. Umberto Eco en su conocido artículo «Apocalípticos e Integrados» recoge las dos posturas principales que pueden adoptarse en relación a la comunicación de masas: la de los defensores (integrados) y los críticos (apocalípticos). Esta última postura ha estado históricamente liderada por la Escuela de Frankfurt, cuya corriente crítica ha llegado hasta nuestros días en forma de pensamiento posmoderno. En este sentido, Jean Baudrillard se presenta como uno de los autores posmodernos más críticos con los medios de comunicación. Con sus reflexiones acerca de la proliferación del simulacro en la sociedad contemporánea, cerraré este segundo apartado dedicado a la cultura de masas.

### 2.1. EMERGENCIA Y CONSOLIDACIÓN DE LA ERA DE LAS MASAS

El hecho de la urbanización y el desarrollo de las ciudades debido a las migraciones desde el campo junto con la industrialización hacia la mitad del siglo

XIX en las ciudades, así como la aparición de los medios de comunicación fueron algunos de los factores que propiciaron el nacimiento de lo que se ha denominado la era de las masas.

Ortega y Gasset describió, de manera eminentemente pragmática, la forma en la que se desarrollaba la vida en las ciudades de aquella época (ORTEGA y GASSET, 1999: 74): «Yo la denomino el hecho de la aglomeración, del lleno. Las ciudades están llenas de gente. Las casas, llenas de inquilinos. Los hoteles, llenos de huéspedes. Los trenes, llenos de viajeros. Los cafés, llenos de consumidores. Los paseos, llenos de transeúntes. Las salas de médicos famosos, llenas de enfermos. Los espectáculos, como no sean muy extemporáneos, llenos de espectadores. Las playas, llenas de bañistas. Lo que antes no solía ser problema empieza a serlo casi de continuo: encontrar sitio [...]. Vemos a la muchedumbre, como tal, posesionada de los locales y utensilios creados por la civilización». El filósofo planteó la masa como una patología social, en la que sus integrantes sólo intervenían violentamente y donde los hombres eran mediocres y cuya rebeldía consistía en un gigantesco problema planteado a la humanidad (ORTEGA y GASSET, 1999: 121). Desde un elitismo racionalista e influido por autores como Hegel, Comte o Nietzsche, trazó un perfil del hombre masa desolador, con una elevada vulgaridad intelectual, aislado, anónimo y con rasgos marcadamente pasivos.

En una época caracterizada por las convulsiones sociales, el concepto de masa como multitud definido por Ortega se encontraba en su fase inicial. Más adelante, Elías Canetti (1989) vinculó la masa al poder y distinguió diversas formas: la masa de guerra (heredada de los fenómenos sociales vinculados a la casa, la defensa y la conquista); la masa de acoso (relativa a los fenómenos de persecución); la masa de inversión (movimientos espontáneos de inversión de las estructuras de poder social); la masa festiva (que surge en torno al disfrute colectivo) o la masa de lamento (configurada en torno a la conciencia de sufrimiento colectivo respecto de un elemento externo).

Progresivamente se produjo el paso del predominio de las masas agresivas (de guerra o de acoso) al predominio de las masas no agresivas (fundamentalmente festivas). Para Aguado (2004 b), la masa dejó de verse como un posible enemigo del orden establecido y se concibió como un efecto perverso del mismo orden. Así, la masa agitadora social predominante en la primera mitad del siglo XX (agresiva) no presenta grandes similitudes con la consolidada tras la II Guerra Mundial (festiva), debido a diversos fenómenos, entre ellos, el paso de la economía de producción a la economía de consumo, con lo que se produjo la generalización del disfrute, en un cambio que supuso, entre otras cuestiones, la desaparición de la clara división que hasta entonces se había establecido entre las clases sociales.

Con la emergencia del estado de bienestar, las necesidades primarias para gran parte de los integrantes de la sociedad quedaban en mayor o menor medida cubiertas, por lo que se iniciaba un consumo democratizado, que igualaba, en parte, a todos los sectores sociales. Supuso también la resolución de incertidumbres futuras y de las desigualdades que generaba el sistema (ZABALETA, 2003). Con la alfabetización y la apertura del espectro cultural, tradicionales colectivos que habían quedado al margen (sobre todo, el sesgo se producía entre los que disponían de menos recursos económicos) accedieron a la educación. En este

contexto, en el que mejoró el nivel de vida de los trabajadores (seguridad social, empleo, mejoras salariales, asuetos vacacionales, disposición de tiempo para el ocio...), las revueltas obreras quedaron algo obsoletas: la masa festiva comenzó a disponer de tiempo y recursos para el disfrute y el entretenimiento. Obviamente el estado de bienestar ha sufrido crisis y transformaciones, y no han faltado las voces que se han levantado en contra de él por la exclusión de los sectores con menos recursos.

A pesar de las mejoras que comenzaron a disfrutar las clases que en el pasado contaron con menos recursos y oportunidades, en su evolución la masa adquirió nuevos rasgos de índole negativa. Con la transición de la masa agresiva a otra festiva, se producía por un lado la mecanización de la vida social en las grandes ciudades y por otro la emergencia de un individuo con una cierta tendencia al narcisismo, nihilismo y hedonismo (LIPOVETSKY, 2000). En este sentido la evolución de la masa, más allá de presentar innovaciones económicas y de formas de vida, fue ante todo una profunda transformación cultural: la cultura de masas como síntesis de la cultura popular y de élite.

La aparición de la cultura de masas supuso la difuminación del claro límite que hasta entonces se había establecido entre la cultura de élite (el arte y la cultura de las clases altas) y la cultura popular (las tradiciones y expresiones del pueblo). La primera, caracterizada por el restrictivo ámbito en el que era difundida (el mercado de las obras de arte, las representaciones vetadas al gran público...), era sinónimo de privilegio, prestigio, poder político, económico y social. En cambio, la baja cultura quedaba materializada en la tradición oral, en la artesanía y la música popular. Se caracterizaba por el anonimato, la espontaneidad, la codificación no intencional de las formas y recursos, la ausencia de prestigio social o valor político, en definitiva de naturaleza pragmática y oral (AGUADO, 2004 b).

El desarrollo de las nuevas formas de vida urbana y la aparición de dicha masa introdujo importantes cambios en la dinámica cultural establecida hasta ese momento (finales del siglo XIX), ya que las estrictas delimitaciones establecidas fueron borradas en parte por la cultura de masas. Por ejemplo, la obra de arte dejó de ser algo singular, irreplicable y pasó a adquirir un valor económico (BENJAMIN, 1989).

Además debido a la reproducibilidad, tanto la cultura de masas como la popular resultan por primera vez accesibles al gran público. Por lo que la cultura de masas se presenta como el proceso de absorción y transformación de la cultura de élite y de la cultura popular en las condiciones económicas y sociales de la sociedad de masas.

En nuestra sociedad tanto la alta cultura como la cultura popular son ya un producto industrial, objeto de procesos económicos y políticos, difundida, evaluada y calificada por los medios de comunicación: al tiempo que se tiende a elitizar productos culturales de masas, se popularizan los productos culturales de élite.

Ahora la pregunta sería: ¿qué consecuencias tiene la cultura de masas? ¿beneficia a la sociedad o, por el contrario, la perjudica? A pesar de que Umberto Eco publica su artículo Apocalípticos e Integrados en la década de los 70, es muy probable que este debate no haya perdido demasiada vigencia. De hecho, hoy en día

seguimos preguntándonos, por ejemplo, por la calidad de los productos televisivos, en un momento histórico en el que la exhibición de la intimidad se ha convertido en la piedra angular de gran parte de los formatos de ocio y entretenimiento. Eco (1999) distinguió en su momento dos posturas claramente diferenciadas: la de los integrados, defensores de la comunicación de masas y la de los apocalípticos, que critican frontal y abiertamente las consecuencias del paisaje mediático. La postura apocalíptica tiene como grandes representantes a los autores de la Escuela de Frankfurt. Dos de sus miembros más insignes, Adorno y Horkheimer (1971), formularon la teoría de lo que denominaron pseudocultura, en el sentido de la conversión de la cultura en ideología a través del sistema industrial imperante. En el siguiente apartado desarrollaré muy brevemente esta perspectiva.

## 2.2. LA MERCANTILIZACIÓN DE LA CULTURA

Junto a la democratización que sufrió el mundo de la cultura surgieron voces que denunciaron los excesos derivados de la misma, puesto que para Adorno y Horkheimer se convirtió en mercancía, siendo el principio de principios la rentabilidad económica (MUÑOZ, 1989: 122 y ss). Por ello, desde la teoría crítica, en un rechazo al estado histórico en el cual «lo que es no debería ser», se reprueba a la sociedad de consumo que esclavice al individuo y que genere una cultura de masas que desde este movimiento se ha tildado de pseudocultura, fenómeno que tiene la misión de estimular lo instintivo, lo fácilmente comprensivo, lo que no necesita ser conceptualizado, sino sólo percibido. Frente a ella se encuentra la auténtica cultura, que es la ampliación de las facultades sensibles, intelectuales, humanas y la pérdida de la subjetividad, en el sentido de la adquisición de un conocimiento más profundo, objetivo y racionalizado.

Desde esta perspectiva crítica, la cultura generada por los medios de masas difunde unos contenidos superficiales, que se mercantilizan para ser convertidos en meros productos comerciales y que se someten a una lógica del mercado de la oferta y la demanda. Ésta anula la conciencia crítica; destruye la capacidad causal del pensamiento y extingue en las masas el anhelo solidario de una sociedad mejor; se trata en definitiva de una cultura generada por los mensajes artificialmente contruidos de los sistemas y canales de comunicación de masas. Esta situación alienante se produce porque los mensajes se presentan a la audiencia de forma simplificada sustituyendo de esta manera a la auténtica realidad. El fenómeno que describimos provoca, según la teoría crítica, una homogeneización en el pensamiento y en el consumo de la cultura: uniformidad en los gustos y en el conjunto de cosmovisiones colectivas (MUÑOZ, 1989: 122 y ss).

Una cultura mercantilizada transformada en ideología que entra como producto en el mercado del ocio y del consumo, y que transmite, a través de las formas que adopta, la misma estructura de pensamiento; industria ideológica en la que los elementos estéticos e intelectuales que manifiestan un sentido crítico quedan excluidos. Por tanto, una misma visión de carácter unitario que refuerza el poder de las industrias culturales. El orden social se mantiene a través de unos contenidos comunicativos constantemente repetidos gracias a la uniformidad de

los mensajes (a pesar de la aparente fragmentación), que no hacen sino neutralizar la percepción y comprensión de la realidad que adopta el hombre de la calle. Además, la repetición de palabras fetiche provoca la pérdida de los matices intelectuales en la colectividad (ADORNO, 1966).

En relación a la mercantilización de la cultura, Lyotard señala que «el saber es y será producido para ser vendido» (LYOTARD, 1998: 16). Uno de los peligros más acuciantes que puede provocar este hecho es que «el conocimiento sea puesto en circulación según las mismas redes que la moneda, y que la separación pertinente a ellos deje de ser saber/ignorancia para convertirse, como para la moneda, en conocimientos de pago/conocimientos de inversión» (LYOTARD, 1998: 19).

Este tipo de comercialización se convierte en pseudocultura, para los integrantes de la Escuela de Frankfurt. Adorno y Horkheimer (MUÑOZ, 1989: 109 y ss) indicaron que con la mercantilización de la cultura, ésta deviene en ideología. Así, estos autores señalan que el neocapitalismo del siglo XX, por imperativos del modo de producción tecnológico, necesitará una mayor preparación intelectual y cultural de sus trabajadores (que será propiciada, entre otros factores, por la ampliación igualitaria en el acceso a la educación, por la difusión de información a través de los medios de comunicación y por la democratización de las prácticas y eventos culturales). Pero esta preparación de tipo intelectual que pueden recibir los trabajadores, debe estar «controlada» para evitar que renazcan las revueltas sociales que acaben con la paz social y por tanto con los beneficios económicos que reportan las industrias culturales. La neutralización de conocimientos va a hacerse desde una cultura convertida en ideología, es decir, sometida a las necesidades del sistema de producción y a los intereses comerciales dominantes (MUÑOZ, 1989). La consolidación del capitalismo industrial termina justificando la administración científica de la muerte al devenir en razón instrumental en la que el progreso se confunde con la técnica (MUÑOZ, 2004), la educación en mera formación de la nueva mano de obra y la igualdad se identifica con la uniformidad que posibilita el consumo.

En la misma línea descriptiva de la sociedad contemporánea, señala Horkheimer desde la Escuela de Frankfurt que la cultura de masas y la sociedad capitalista de consumo representan el renacer de la razón instrumental, que convierte a los sujetos en objetos y a los objetos los sitúa como las finalidades de la vida humana. «Una vez despojada de su autonomía, la razón se ha convertido en un mero instrumento» (HORKHEIMER, 2002: 58). Esta es una de las ideas que aporta el autor en *Crítica de la razón instrumental*, dado que para Horkheimer en la sociedad se ha producido una mecanización del espíritu, una instrumentalización de la razón, que tiene como consecuencia la pérdida de las raíces espirituales de la justicia, igualdad, felicidad, tolerancia, esto es, todos los conceptos que, como ya se dijo, latían en siglos anteriores en el corazón de la razón, o tenían que ser sancionados por ella (HORKHEIMER, 2002: 60). La expresión razón instrumental pone en evidencia que el concepto de razón se ha debilitado, de tal manera que queda a «merced de la manipulación ideológica y de la difusión de las mentiras más descaradas [...]. Razón neutralizada, impotente» (HORKHEIMER, 2002: 61), que es subjetiva, se acomoda a todo, deshumaniza el pensamiento y para la cual «la verdad es el hábito» (HORKHEIMER, 2002: 66).

La sociedad de consumo de masas, por tanto, es la que altera el esquema medio-fin, haciendo que los medios parezcan fines y, a la inversa, los fines y objetivos de una existencia realizada (amistad, conocimiento, realización) se vuelvan medios. «Los fines han dejado de ser determinados a la luz de la razón» (HORKHEIMER, 2002: 67). La mutación medio-fin que se produce en relación con el saber, es que éste se convierte en un medio (para la producción, el enriquecimiento, la comercialización...) y deja de ser un fin en sí mismo.

En concreto para Lyotard (1998: 16) el cambio que se produce en el nuevo contexto es que el saber pierde su valor de uso, puesto que antes el consumo de conocimiento era un fin, no un medio. Y señalamos que el saber, según Lyotard (1998: 16), se convierte ahora en un medio porque representa la principal fuente de producción, «lo que ya ha modificado notablemente la composición de las poblaciones activas de los países más desarrollados, y que es lo que constituye el principal embudo para los países en vías de desarrollo». Lyotard (1998: 11) piensa que el saber no es solamente la herramienta que utiliza el poder (acaso debamos añadir, el instrumento necesario para ejercitar dicho poder), sino que también «hace más útil nuestra sensibilidad ante las diferencias y fortalece nuestra capacidad para soportar lo inconmensurable».

En este estadio de la cultura que denuncian los integrantes de la Escuela de Frankfurt, los medios de comunicación (y en general las industrias culturales) juegan un papel determinante, dado que difunden una falsa cultura, que anula la conciencia crítica a través de los mensajes artificialmente contruidos (comunicación de masas) (MUÑOZ, 1989: 103 y ss). Esta situación aliena al individuo dado que presenta los contenidos de una forma simplificada y elude la complejidad de los acontecimientos, hecho que provoca una homogeneización en el pensamiento, una uniformidad en los gustos y en definitiva, una cosmovisión colectiva que es una auténtica ideología (sobre la que se sustenta el edificio de la producción y del consumo).

Para esta corriente, otro aspecto que caracteriza a la cultura de masas es la homogeneización a la que somete a sus públicos (ADORNO y MORIN, 1967), con lo que se disuelve la conciencia de clase debido a la igualitaria cosmovisión del mundo que comparten. Obviamente esta visión unificada de la realidad es adoptada a raíz de los deseos y comportamientos que transmiten los *mass media*, unos estereotipos que casi siempre son los mismos pero que se presentan de forma diversa en función del núcleo de población al que se dirigen (MUÑOZ, 1989: 135).

Además, el movimiento crítico denunció la alienación a la que son subordinados los integrantes de la sociedad ya que se convierten en los receptores de unas psicologías y unas mentalidades sobre las que se sustenta todo el edificio económico de la producción y el consumo (ADORNO, 1992). La construcción artificial de la conciencia humana adquiere una dimensión colectiva, fomentada por la sedimentación que de la percepción del mundo provocan los medios de comunicación. La alienación que denuncian los miembros de la Escuela de Frankfurt es el resultado de la estructura ideológica que imponen los *mass media* a sus audiencias.

Por ello, Marcuse (2000) calificó de unidimensional a la sociedad sometida a la continua fetichización y alienación de sus miembros. En ella el sistema (capi-

talista) ha triunfado pues los individuos adoptan como propias los mecanismos publicitarios y la propaganda que les prescriben. El individuo es unidimensional ya que pierde la capacidad para percibir crítica y autocriticamente su existencia y la de su sociedad (bidimensionalidad). Esta situación viene propiciada porque las estructuras ideológicas emitidas en los contenidos eluden los argumentos críticos o que puedan tambalear los presupuestos que defienden.

Finalmente el proceso de la cultura de masas acaba convirtiéndose en el mecanismo más característico de aparición de una cosmovisión propicia para la glorificación de la fuerza y el menosprecio de la racionalidad (MUÑOZ, 1989: 139). En la cultura de masas, descrita desde la perspectiva de la teoría crítica, los instrumentos de dominación psicológica aspiran a suplir los conceptos por pseudoconceptos, la cultura por pseudocultura y los sentimientos por superstición, de una manera que diluidas las conciencias individuales que han sido sustituidas por una única colectiva, sea posible la manipulación y el dominio sobre la persona.

A esta perspectiva de la escuela alemana, hemos de añadir una breve matización, ya que en la formulación de la falsa cultura los críticos parecieron obviar los aspectos individuales, los factores socioculturales y el entorno que influyen en la recepción del mensaje (y por tanto en la ideología que lleva adscrito). Es necesario reconocer otras variables, aparte de las que dependen exclusivamente del emisor, como son las del receptor y el contexto, circunstancias que también van a determinar la mayor o menor influencia de las estructuras ideológicas sobre las distintas audiencias. Para Igartua y Humanes (2004: 124) una de las críticas que se han hecho a esta escuela es que sus miembros no terminaron de explicar cómo se llevan a cabo los procesos de recepción, que aparecen controlados totalmente desde la producción y no dejan mayores posibilidades de interpretación a las audiencias.

La ideología derivada de la sociedad postindustrial elaborada desde el punto de vista crítico que hemos abordado contempla, cuanto menos, procesos muy complejos, quizá excesivamente complejos. La postura adoptada desde la escuela alemana presenta una relativa concordancia con los estudios de comunicación que apuntan hacia los efectos poderosos que los *media* tienen sobre sus audiencias. Desde esta configuración sólo se reconocen las variables propias, que marcan y dependen exclusivamente de los medios de comunicación. Se trata de un modelo conductista de estímulo exterior y una respuesta, con la idea generalizada de la dominación que provoca el mensaje.

Ahora bien, las teorías de los efectos han aportado, en fases subsiguientes en las que se pasa de creer de los efectos poderosos a los moderados, otras constantes que determinan el acto de recepción, como son: las creencias individuales, los prejuicios y estereotipos, la ideología, actitud y estado de ánimo del lector, oyente o telespectador, el contexto que rodea el acto de recepción de contenidos o los intereses particulares de la audiencia (la teoría de los usos y gratificaciones). Sfez (1995: 136) añade a las circunstancias que hemos expuesto, que existe la posibilidad de que el receptor invente los mensajes que recibe (realice sus propias interpretaciones), por lo que es en adelante imposible ignorar que la cultura que lo sustenta, y de la cual no es sino el apoyo, desempeña un papel fundamental en esta invención de lo real.

La sociedad de consumo de masas, por tanto, es la que altera el esquema medio-fin, haciendo que los medios parezcan fines y, a la inversa, los fines y objetivos de una existencia realizada (amistad, conocimiento, realización) se vuelvan medios. «Los fines han dejado de ser determinados a la luz de la razón» (HORKHEIMER, 2002: 67). La mutación medio-fin que se produce en relación con el saber, es que éste se convierte en un medio (para la producción, el enriquecimiento, la comercialización...) y deja de ser un fin en sí mismo.

En concreto para Lyotard (1998: 16) el cambio que se produce en el nuevo contexto es que el saber pierde su valor de uso, puesto que antes el consumo de conocimiento era un fin, no un medio. Y señalamos que el saber, según Lyotard (1998: 16), se convierte ahora en un medio porque representa la principal fuente de producción, «lo que ya ha modificado notablemente la composición de las poblaciones activas de los países más desarrollados, y que es lo que constituye el principal embudo para los países en vías de desarrollo». Lyotard (1998: 11) piensa que el saber no es solamente la herramienta que utiliza el poder (acaso debamos añadir, el instrumento necesario para ejercitar dicho poder), sino que también «hace más útil nuestra sensibilidad ante las diferencias y fortalece nuestra capacidad para soportar lo inconmensurable».

En este estadio de la cultura que denuncian los integrantes de la Escuela de Frankfurt, los medios de comunicación (y en general las industrias culturales) juegan un papel determinante, dado que difunden una falsa cultura, que anula la conciencia crítica a través de los mensajes artificialmente contruidos (comunicación de masas) (MUÑOZ, 1989: 103 y ss). Esta situación aliena al individuo dado que presenta los contenidos de una forma simplificada y elude la complejidad de los acontecimientos, hecho que provoca una homogeneización en el pensamiento, una uniformidad en los gustos y en definitiva, una cosmovisión colectiva que es una auténtica ideología (sobre la que se sustenta el edificio de la producción y del consumo).

Para esta corriente, otro aspecto que caracteriza a la cultura de masas es la homogeneización a la que somete a sus públicos (ADORNO y MORIN, 1967), con lo que se disuelve la conciencia de clase debido a la igualitaria cosmovisión del mundo que comparten. Obviamente esta visión unificada de la realidad es adoptada a raíz de los deseos y comportamientos que transmiten los *mass media*, unos estereotipos que casi siempre son los mismos pero que se presentan de forma diversa en función del núcleo de población al que se dirigen (MUÑOZ, 1989: 135).

Además, el movimiento crítico denunció la alienación a la que son subordinados los integrantes de la sociedad ya que se convierten en los receptores de unas psicologías y unas mentalidades sobre las que se sustenta todo el edificio económico de la producción y el consumo (ADORNO, 1992). La construcción artificial de la conciencia humana adquiere una dimensión colectiva, fomentada por la sedimentación que de la percepción del mundo provocan los medios de comunicación. La alienación que denuncian los miembros de la Escuela de Frankfurt es el resultado de la estructura ideológica que imponen los *mass media* a sus audiencias.

Por ello, Marcuse (2000) calificó de unidimensional a la sociedad sometida a la continua fetichización y alienación de sus miembros. En ella el sistema (capi-

talista) ha triunfado pues los individuos adoptan como propias los mecanismos publicitarios y la propaganda que les prescriben. El individuo es unidimensional ya que pierde la capacidad para percibir crítica y autocriticamente su existencia y la de su sociedad (bidimensionalidad). Esta situación viene propiciada porque las estructuras ideológicas emitidas en los contenidos eluden los argumentos críticos o que puedan tambalear los presupuestos que defienden.

Finalmente el proceso de la cultura de masas acaba convirtiéndose en el mecanismo más característico de aparición de una cosmovisión propicia para la glorificación de la fuerza y el menosprecio de la racionalidad (MUÑOZ, 1989: 139). En la cultura de masas, descrita desde la perspectiva de la teoría crítica, los instrumentos de dominación psicológica aspiran a suplir los conceptos por pseudoconceptos, la cultura por pseudocultura y los sentimientos por superstición, de tal manera que diluidas las conciencias individuales que han sido sustituidas por una única colectiva, sea posible la manipulación y el dominio sobre la persona.

A esta perspectiva de la escuela alemana, hemos de añadir una breve matización, ya que en la formulación de la falsa cultura los críticos parecieron obviar los aspectos individuales, los factores socioculturales y el entorno que influyen en la recepción del mensaje (y por tanto en la ideología que lleva adscrito). Es necesario reconocer otras variables, aparte de las que dependen exclusivamente del emisor, como son las del receptor y el contexto, circunstancias que también van a determinar la mayor o menor influencia de las estructuras ideológicas sobre las distintas audiencias. Para Igartua y Humanes (2004: 124) una de las críticas que se han hecho a esta escuela es que sus miembros no terminaron de explicar cómo se llevan a cabo los procesos de recepción, que aparecen controlados totalmente desde la producción y no dejan mayores posibilidades de interpretación a las audiencias.

La ideología derivada de la sociedad postindustrial elaborada desde el punto de vista crítico que hemos abordado contempla, cuanto menos, procesos muy complejos, quizá excesivamente complejos. La postura adoptada desde la escuela alemana presenta una relativa concordancia con los estudios de comunicación que apuntan hacia los efectos poderosos que los *media* tienen sobre sus audiencias. Desde esta configuración sólo se reconocen las variables propias, que marcan y dependen exclusivamente de los medios de comunicación. Se trata de un modelo conductista de estímulo exterior y una respuesta, con la idea generalizada de la dominación que provoca el mensaje.

Ahora bien, las teorías de los efectos han aportado, en fases subsiguientes en las que se pasa de creer de los efectos poderosos a los moderados, otras constantes que determinan el acto de recepción, como son: las creencias individuales, los prejuicios y estereotipos, la ideología, actitud y estado de ánimo del lector, oyente o telespectador, el contexto que rodea el acto de recepción de contenidos o los intereses particulares de la audiencia (la teoría de los usos y gratificaciones). Sfez (1995: 136) añade a las circunstancias que hemos expuesto, que existe la posibilidad de que el receptor invente los mensajes que recibe (realice sus propias interpretaciones), por lo que es en adelante imposible ignorar que la cultura que lo sustenta, y de la cual no es sino el apoyo, desempeña un papel fundamental en esta invención de lo real.

En cualquier caso, se trata de una ampliación de la perspectiva que la teoría crítica plantea en su «denuncia» de la cultura de masas, ya que es preciso no perder el referente que supone el receptor desprendido ya de la pasividad y cierto estado hipnótico que le pareció caracterizar frente a la propaganda bélica durante las dos guerras mundiales.

No se trata de evaluar la calidad de las audiencias de las democracias occidentales, sólo se apunta que los mensajes emitidos desde los medios de comunicación no son recibidos en estado puro, ni de forma aislada; existen una serie de circunstancias que también van a determinar la mayor o menor influencia de las estructuras ideológicas, señaladas desde la Escuela de Frankfurt, que impregnan los distintos contenidos.

El resultado de la convergencia de ambas perspectivas (la que aportan los teóricos críticos y una segunda en la que se reconocen otros factores de influencia en la recepción del mensaje) será la transmisión por parte de los medios de comunicación de las cosmovisiones colectivas que satisfacen parte de los intereses de la sociedad capitalista, pero la interiorización que de las mismas hagan los destinatarios no estará unificada ya que su ideología, factores psicosociales o intereses marcarán el efecto que dichas estructuras —a veces ideológicas— tienen sobre la audiencia. De esta manera quedan relativizadas algunas de las premisas apuntadas por la Escuela de Frankfurt en sus formulaciones.

Ya en la actualidad, uno de los pensadores más críticos con los medios de comunicación ha sido Jean Baudrillard, quien tradicionalmente ha sido enmarcado en la corriente posmoderna (desarrollada en el siguiente apartado). A continuación queda expuesta una de sus propuestas teóricas más difundidas: la proliferación del simulacro en la contemporaneidad.

### 2.3. LA INCIDENCIA DEL SIMULACRO EN EL SISTEMA CULTURAL

Para Baudrillard (2002) y Ritzer (2000) el mundo contemporáneo es simulado y en él el artificio ha ganado la partida a lo real. Las teorizaciones acerca del simulacro son una de las propuestas más conocidas del pensador posmoderno Jean Baudrillard. Años más tarde, George Ritzer las retomará en su obra *El encanto de un mundo desencantado*, donde desarrolla estos supuestos con gran claridad debido a los numerosos ejemplos con los que el autor ilustra las páginas dedicadas a la cuestión del simulacro.

Muy a grandes rasgos, podría decirse que el simulacro es aquella realidad que es ficticia y que imita al mundo real, artificio que según Baudrillard termina rompiendo con lo real, por lo que finalmente sólo nos quedarán las imitaciones, los simulacros. El autor va más allá y dirá que en nuestro mundo lo real no tendrá nunca más ocasión de producirse, por lo que, en palabras de Vicente Verdú, vivimos en un capitalismo de ficción. Creo que esta cuestión del simulacro puede ser entendida fácilmente a través de la lógica del *como si*: esquiamos en pistas de esquí artificiales en pleno corazón de las ciudades, *como si* se tratara de las auténticas pistas que encontramos en las sierras nevadas; nos bañamos en enormes estanques de agua, con olas incluidas, *como si* se tratara de las playas reales

ubicadas en la costa; degustamos caldo en tetra brik *como si* se tratara de la tradicional sopa casera... ¿Y en los medios de comunicación? ¿Existe el simulacro en los *mass media*? Supongo que en este sentido, resulta incluso más sencillo detectar simulacros que han terminado rompiendo con lo real, porque son hiperreales, es decir, son más auténticos que la propia realidad. Un simulacro mediático sería aquella representación (aquella noticia, evento, personaje, etc.) difundida por los *media*, que, aunque en un principio hacía referencia a alguna cuestión propia del mundo real, finalmente no representa nada, en ella se entremezclan lo real y lo ficticio, situación en la que el receptor no podrá discernir lo auténtico de lo simulado.

Veamos más detenidamente todas estas cuestiones. Baudrillard, en su análisis sobre la sociedad contemporánea, indica que ésta ya no está dominada por la producción, sino por los medios de comunicación, modelos cibernéticos y sistemas de control, ordenadores, industrias de entretenimiento y conocimiento... sistemas que son auténticas fábricas de creación de signos (KELLNER, 1989: 61). El objetivo ha cambiado de la explotación y el beneficio, a la dominación de los signos y los sistemas que los producen (RITZER, 2002: 589).

Baudrillard (2002) apunta hacia una «era de la simulación» en el mundo posmoderno en donde los signos enmascaran y esconden la ausencia de una realidad profunda, no significan nada, han perdido el referente que una vez tuvieron con la realidad: se convierten en autorreferenciales, sólo se aluden a sí mismos. La simulación cuestiona la diferencia entre lo verdadero y lo falso, entre lo real y lo imaginario. Ya no podemos diferenciar lo que es real de lo que no: la distinción ha implosionado (RITZER, 2002: 589). La era de la simulación se abre con la liquidación de todos los referentes, se trata de una suplantación de lo real por los signos de lo real (BAUDRILLARD, 2002: 11), la sustitución de lo real por su representación. Pero Baudrillard llega más allá, dado que para él lo real no tendrá nunca más ocasión de producirse: imperará lo hiperreal que no es otra cosa que la eliminación de distinciones entre lo real y lo imaginario. A partir de ahora al igual que el mapa precede al territorio, el simulacro precede a la realidad. El autor aplica la metáfora del mapa y el territorio para explicar la simulación y escenificar el «desierto de lo real». En esta representación, Baudrillard utiliza la fábula de Borges en la que éste cuenta cómo los cartógrafos de un imperio trazaron un mapa tan detallado que llegó a recubrir con toda exactitud al territorio, aunque el ocaso del imperio contempló el paulatino desgarrar de este mapa, que acabó convertido en una ruina despedazada cuyos jirones se esparcieron por el desierto. Obviamente el mapa era la representación del territorio. Ahora dirá Baudrillard que lo que sobrevive no es el territorio (realidad), sino el mapa (representación), y en este caso es el territorio el que queda hecho jirones sobre el mapa. La simulación ya no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación a través de los modelos, de algo sin origen ni realidad: lo hiperreal (BAUDRILLARD, 2002: 9). Una vez destruido el territorio, el mapa no representará nada, sólo así mismo. La era de la simulación conlleva la creación de reproducciones de objetos y la cada vez más difícil identificación de lo real en cosas que simulan la realidad. En el caso, por ejemplo, de la televisión, Baudrillard habla de la disolución de la misma en la vida y viceversa (la cuestión

se centra ahora en saber dónde acaba la una y empieza la otra). Finalmente son las representaciones las que predominan y terminan de manera inevitable eliminando a lo real.

Pero la cuestión ya no es sólo que lo verdadero y real haya desaparecido bajo una avalancha de simulaciones, que lo irreal se haya convertido en la realidad, sino que ésta imita a la imitación. De hecho *Disneyworld* se ha convertido en el modelo no sólo de la ciudad de *Celebration* (que simula la vida en una ciudad del siglo XIX, donde la gente compra sus casas en un «auténtico» pueblo tradicional) sino incluso de muchas otras comunidades en Estados Unidos (HUXTABLE, 1999). Ritzer (2000) hace hincapié en la creciente importancia de la arquitectura falsa, sintética, artificial y simulada: la arquitectura real apenas tiene espacio en la Norteamérica irreal. Por ello Feuerbach (en DEBORD, 1999) apuntaba: «Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... lo que es "sagrado" para él no es sino la ilusión, pero lo que es profano es la verdad. Mejor aún: lo sagrado aumenta a sus ojos a medida que disminuye la verdad y crece la ilusión, hasta el punto de que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado».

Ritzer (2000: 138) explica cómo los viajeros prefieren las islas tropicales simuladas («tranquilizadamente disneyanas») a las «auténticas». De hecho, la propia Disney adquirió *Gorda Cay* en el Caribe, rebautizada como *Cataway Cay* y destinada a su compañía de cruceros, lugar que actualmente ofrece diversas atracciones (*cookie's bar-b-que*, *teen beach* y *marge's barges and sea charters*). En esta isla el visitante no encuentra vendedores callejeros ni edificaciones desahoradas; en suma, nada que pueda estropear unas vacaciones perfectas. No hace falta dinero: todo se puede cargar a la cuenta del crucero. Las auténticas islas del Caribe se convierten en un pálido reflejo de ésta. «En las islas simuladas los baños están chocantemente limpios. La comida y bebida se transportan hasta la costa desde el barco y es la propia tripulación del crucero la que proporciona los servicios. Existe incluso un sucedáneo de mercado; para ello, se trae en barco a varios nativos de una isla vecina (cuidadosamente seleccionados) con el fin de que lo representen. En una de las islas incluso se hundió a propósito una réplica de un navío del siglo XVI en la bahía para proporcionar un atractivo a los buceadores [...] No hay pobreza, comercio sexual...» (RITZER, 2000: 138).

Existe una predilección por lo artificial: «Es el caso del Valle de la Muerte. Mientras que la simulación escenificada en Las Vegas atrae a montones de visitantes, el espectáculo natural del Valle de la Muerte, a sólo unos centenares de kilómetros, atrae sólo a una pequeña parte de éstos; pocos visitantes de Las Vegas se toman la molestia de ir a verlo. La quietud, la tierra reseca y el aplastante vacío no pueden competir con el ruido, el esplendor y la vasta extensión de neón que es Las Vegas» (RITZER, 2000: 130).

En este contexto de simulacro que hemos descrito se crea una nueva atmósfera y criterio de realidad: lo hiperreal. En palabras de Baudrillard (2002: 189): «El espacio de la simulación es el de la confusión de lo real y del modelo. Ya no hay distancia crítica y especulativa de lo real a lo racional. No hay ni siquiera exactamente proyección de modelos en lo real (lo que equivale otra vez a la sustitución del territorio por el mapa en Borges) sino transfiguración en el mismo

lugar aquí y ahora, de lo real en modelo. Cortocircuito fantástico: lo real es hiperrealizado. Ni realizado, ni idealizado: hiperrealizado. Lo hiperreal es la abolición de lo real no por destrucción violenta, sino por asunción, elevación a la potencia del modelo... El modelo opera como esfera de absorción de lo real».

Por lo tanto, lo que ponen en evidencia las teorizaciones que se han realizado en torno al simulacro, es la emergencia de un mundo que es creado de manera artificial, hasta tal punto que finalmente esa realidad «manufacturada» rompe con la realidad, la supera y sustituye, porque es hiperreal, es más real que la propia realidad.

Para Vicente Verdú (2003) este hecho es tan determinante y definitorio que el capitalismo contemporáneo se ha convertido en un auténtico capitalismo de ficción, porque finalmente éste ha roto con la realidad: «Trata con la realidad para desprenderla de la peste de lo real, compone una realidad formateada, controlada y chic, desprovista del olor de la edad, libre del pringue histórico» (VERDÚ, 2003: 39). De esta forma, la vida está compuesta por importantes dosis artificiales dado que el sistema, en un intento por emanciparse de lo real, se vuelca en la floreciente explotación de lo ficticio. Finalmente, Verdú (2003: 228) llega más allá puesto que apunta hacia un «mundo de ficciones donde no ha quedado prácticamente ninguna verdad».

### 3. LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

El tercer y último aspecto que desarrollaré es la institucionalización de la comunicación mediática. Con él completaré la breve contextualización de la sociedad contemporánea que se ha expuesto en este capítulo.

Ante todo, la comunicación mediática es entendida como los «procesos de producción, transmisión y recepción de contenidos simbólicos a través de las instituciones de los medios» (IGARTUA y HUMANES, 2004: 45). El hablar de institucionalización de la comunicación mediática implica reconocer que los medios de comunicación, debido a la enorme influencia que tienen en todos los ámbitos de la vida, se han convertido en una de las instituciones sociales más importantes de nuestros días (también son instituciones sociales la universidad, la escuela, la Iglesia, los partidos políticos, los sindicatos, la familia, etc.).

La comunicación mediática ha ido adquiriendo a lo largo del último siglo una importancia que la convierte en uno de los fenómenos clave en la sociedad de nuestros días. En el ámbito económico, toda empresa y/o institución que aspire a lograr un cierto éxito ha de poner en marcha planes de comunicación, para entrar en contacto con los ámbitos sociales a los que va a dirigir su labor. Además, como señala Rifkin (2000), la economía se basa en el acceso al disfrute: la principal fuente de riqueza en este siglo XXI es el ocio y el entretenimiento, proporcionados, en parte, por los medios de comunicación (VERDÚ, 2003). En el área de la cultura, las industrias culturales en general, copan o al menos, abarcan gran parte del espectro cultural de las sociedades contemporáneas. En política, los organizadores de las campañas saben de las repercusiones que puede conllevar una mala planificación comunicativa... Hasta en la propia conformación de



la identidad del individuo los *media* han adquirido un destacado protagonismo. Como apuntan Thompson (1998) y Giddens (1998) las experiencias tecnológicamente mediadas cada vez sustituyen más a las directas y no mediadas. Nuestros primeros contactos con la locura, la sexualidad, la muerte... se producen de una manera mediada, principalmente, a través de los medios de comunicación, en lo que denominaríamos «experiencias mediáticas» (más aún si incorporamos en este grupo a los nuevos entornos tecnológicos).

Conforme han ido emergiendo y consolidándose los medios de comunicación de masas, el papel de los mismos como instituciones sociales poderosas ha aumentado de manera progresiva. Los *mass media* han nacido en los dos últimos siglos: el cine y la radio en el XIX; la televisión en el XX y los nuevos medios electrónicos a finales del XX (BRIGGS y BURKE, 2002). Ya en la contemporaneidad, se debe adoptar como punto de partida en los estudios de comunicación, el importante papel que desempeñan como mediadores sociales, es decir, se debe partir de los efectos profundos y a largo plazo que tienen en la sociedad de nuestros días. «Los medios de comunicación tienen efectos poderosos, no porque sean capaces de determinar los comportamientos y actitudes a corto plazo, sino porque influyen nuestras formas de conocer, de dar sentido a la realidad y de interactuar con los otros» (IGARTUA y HUMANES, 2004: 53). Así, Igartua y Humanes (2004: 52), justifican la importancia que tienen los medios de comunicación en la actualidad de la siguiente manera: «Constituyen una industria creciente y cambiante que da empleo, produce bienes y servicios [...]. Son un medio muy poderoso de control social [...]. Constituyen un foro donde se discuten las cuestiones relevantes de la vida pública. Son una fuente de imágenes sobre la realidad, que son interiorizadas y asumidas por los individuos». Además, como apuntan Berger y Luckmann (2002: 98) los *media* desempeñan un papel fundamental en la comunicación de sentido, en una época caracterizada por la multiplicación de las crisis de sentido subjetivas e intersubjetivas.

De hecho, los medios de comunicación se han convertido en auténticas instituciones dedicadas a la producción y difusión de contenidos simbólicos, en su interacción con los sistemas sociales y culturales. Una vez superadas las etapas en las que desde la investigación en comunicación se creía en los efectos limitados de los *media* (efectos a corto y medio plazo), las teorías que estudian la relación de la comunicación con la sociedad y la cultura apuntan hacia los efectos profundos y a largo plazo, que tienen los medios de comunicación sobre el desarrollo social y cultural de personas y colectividades (IGARTUA y HUMANES, 2004: 45).

Cabe preguntarse cuándo da comienzo la situación de la que hablamos. El inicio de la institucionalización de la comunicación mediática tuvo lugar en el momento histórico en el que se generalizó la prensa periódica: a día de hoy, podemos afirmar sin temor a equivocarnos que se ha producido la consolidación de dicha institucionalización, como una forma de mediación social más (IGARTUA y HUMANES, 2004: 51 y 54), acaso la más importante de todas.

Así, históricamente se produce la convergencia de varios fenómenos desde finales del siglo XVIII y comienzos del XIX: el inicio de la época moderna y la institucionalización de la comunicación mediática, circunstancias marcadas inexorablemente por la eclosión de la Revolución Industrial y el sistema capi-

talista. «La Revolución Industrial no constituye un único acontecimiento, sino muchos desarrollos interrelacionados que culminaron en la transformación del mundo occidental, que pasó de ser fundamentalmente agrícola a otro industrial» (RITZER, 2002: 7). De esta manera, el inicio de la modernidad, de acuerdo con el planteamiento de Sánchez Meca (2000), puso de manifiesto el auge de la razón científica y técnica con la que el hombre consiguió un alto grado de emancipación con respecto de la naturaleza. Esta cierta autonomía proporcionada en gran medida por la técnica y la tecnología, junto con las revoluciones del XVIII (burguesas, alzadas, rebeldes y populares) y la Reforma Protestante, imprimieron profundas huellas a las sociedades occidentales; testigos entre otras cuestiones, de las migraciones del entorno rural al urbano, debido a las numerosas oportunidades que para la clase obrera ofrecían las recién inauguradas fábricas e industrias.

La idea que aporta Thompson (1998) a este respecto resulta sumamente interesante. El autor señala que con frecuencia desde la teoría social, cuando se ha abordado el estudio de la modernidad se ha relativizado la importancia e influencia de los medios de comunicación de masas en la configuración de la sociedad. Este es el caso de la argumentación de Sánchez Meca que hemos expuesto en las líneas anteriores, dado que obvia la figura de los *media* como elementos clave en la emergencia de la modernidad. Pero Thompson llega un poco más allá pues habla no sólo del papel de los medios de comunicación en el nacimiento de una nueva época: «Si queremos comprender la naturaleza de la modernidad —es decir, de las características institucionales de las sociedades modernas y las condiciones de vida creadas por ellas— entonces debemos conceder un papel central al desarrollo de los medios de comunicación y a su impacto» (THOMPSON, 1998: 15). Esta influencia no es superficial o circunstancial, sino que incide sobre las sociedades contemporáneas en todos sus ámbitos, además, infunde transformaciones en la relación que el individuo establece con su entorno: «El uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo» (THOMPSON, 1998: 17).

Para entender la importancia que han adquirido los *media* en la sociedad contemporánea, el autor de *Los media y la modernidad* (THOMPSON, 1998) parte desde una conceptualización más general, para analizar la influencia mediática en aspectos concretos de la existencia humana.

Con el fin de desarrollar la cuestión de la institucionalización de la comunicación mediática, voy a exponer en este último apartado del presente capítulo algunas de las transformaciones más significativas generadas por los *media*. En concreto se trata de la incidencia de los medios de comunicación en los siguientes aspectos: la interacción social, el desarrollo de la experiencia humana y por tanto el proceso de formación del yo; la dimensión pública y la tradición (las costumbres, ritos, etc.). Por último, no quiero pasar por alto la tendencia a la espectacularización de los contenidos mediáticos lo que está íntimamente relacionando con el auge de la cultura visual frente a la tradicional cultura del libro.

### 3.1. INTERACCIÓN SOCIAL Y DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA: NUEVOS PROCESOS DE FORMACIÓN DEL YO

La interacción social es el intercambio que llevan a cabo los seres humanos de todo tipo de materiales simbólicos (ideas, pensamientos, teorías, sentimientos etc.). Muy a grandes rasgos podrían distinguirse dos tipos de interacciones sociales: aquellas directas y aquellas otras en las que media algún tipo de soporte (medios de comunicación, libros, obras de arte...). Es decir, los seres humanos pueden intercambiar estados de conciencia de manera directa (mediante una conversación) o de manera mediada (a través de un libro, una obra de arte, una película...).

Ahora bien, cada vez intercambiamos más contenidos simbólicos a través de las industrias culturales, de ahí que se señale la importancia de la comunicación mediática en este sentido. Este hecho provoca directamente la transformación de otras dos dimensiones de la existencia humana, claves en la sociedad contemporánea: la formación del yo y el desarrollo de la experiencia. Dirá Thompson (1998: 249) que el yo de las sociedades modernas tiene una mayor flexibilidad y movilidad que el de las sociedades que precedieron a esta época, es más abierto, debido entre otras causas a la amplia difusión de experiencias mediáticas, esto es, de aquellas experiencias vividas a través de las industrias culturales —la prensa, radio, televisión, editoriales de libros, cine, discográficas, publicidad o videojuegos (BUSTAMANTE, 2002)—. Esto es, antes de la proliferación de los *media*, el yo (lo que la persona es en sí misma, un proyecto simbólico que el individuo construye activamente) se encontraba completamente arraigado a un espacio físico, a un tiempo y a un tipo de experiencia y conocimiento desarrollados y adquiridos predominantemente cara a cara, circunstancia que le imprimía un carácter constreñido, hierático, rígido, limitado, si se quiere.

Ahora, con la puesta en circulación de multitud de materiales simbólicos gracias a la comunicación mediática, el individuo puede vivir experiencias lejanas y disfrutar de un conocimiento no local, por lo que «el desarrollo de los *media* enriquece la transformación y el proceso de formación del yo» (THOMPSON, 1998: 270). Esta importancia que adquieren las experiencias mediáticas es sin lugar a dudas un rasgo característico del capitalismo contemporáneo. Este sistema ha sufrido una importante evolución desde su nacimiento en el siglo XVIII hasta la actualidad. La transición de una economía basada en la producción (primeras etapas del capitalismo) a una financiera hizo posible la aparición del consumo. Pero la sociedad de consumo también sufrió modificaciones ya que si en el desarrollo de sus primeras etapas el concepto de valor estuvo asociado a la posesión material, más adelante adquirió una preponderancia más significativa el acceso al disfrute. Desde finales del siglo XX ya no es necesario poseer algo para disfrutarlo, puesto que las industrias culturales van a proporcionar experiencias y el acceso a disfrutar de algo que no tiene por qué estar en propiedad del usuario. El sujeto va a poder vivir experiencias vicarias (que no ha experimentado directamente), situación que tradicionalmente era posible gracias al arte y el lenguaje, pero que en la actualidad van a ser fruto de un espectacular aumento gracias a la intervención de las tecnologías (en este caso se va a tratar de experiencias tecnológicamente mediadas) (THOMPSON, 1998 y GIDDENS, 1998).

Con respecto a uno de los tipos de experiencias facilitadas por las industrias culturales, concretamente las de naturaleza «cinematográfica» (o «cinematográficamente mediadas»), Montes y Choza (2001: 77) aclaran el valor que aportan a la vida del espectador: «Si tuviésemos que experimentar todos los fracasos en carne propia, nuestra vida se nos quedaría corta. El cine nos enseña a aprender no sólo de nuestras propias experiencias compartidas con los personajes de ficción, sino también de otras muchas que nunca tendremos tiempo ni deseo de experimentar. Toda ficción es un juego, pero no todos los juegos nos procuran una experiencia de la vida, y sólo nos cultivan las ficciones que nos invitan a jugar el papel de otros hombres, en otras situaciones, para otras vidas posibles. Desde hace tres cuartos de siglo el cine constituye principalmente nuestra educación sentimental. El cine, en definitiva, nos enseña a vivir».

Junto al cine (y el resto de industrias culturales), los medios de comunicación social son unos importantes proveedores de experiencias y emociones: éstas ya no nacen sólo de la interacción directa entre los seres humanos (o tradicionalmente de la contemplación de una obra de arte o la lectura de un libro), sino que van a surgir de la relación que los *mass media* entablan con sus audiencias, lectores y radioyentes.

La experiencia es la principal fuente de identidad de los sujetos sociales; a través de las vivencias, de la interacción con los otros y con el medio se va forjando la personalidad del individuo. Las experiencias mediáticas, o en general las tecnológicamente mediadas, cada vez adquieren una mayor relevancia y llegan a sustituir a las que Aguado (2004 a) denomina como no mediadas, individuales, singulares, irrepitibles, directas y en relación con la comunicación cara a cara.

De hecho nuestras primeras experiencias sexuales, o contactos con la muerte, la locura etc. se producen de forma mediada (a través de un libro o una obra de arte) o tecnológicamente mediada (en el momento en el que interviene la tecnología), si bien en nuestra sociedad de la imagen proliferan con mayor frecuencia las segundas —aquí resulta decisivo el cada vez mayor interés que despierta la cultura basada en lo visual, en detrimento de la tradicional cultura del libro—. Los mundos de ficción sustituyen a los de la vida cotidiana; a través de los *mass media* y las tecnologías de la información y la comunicación los individuos tienen acceso a experiencias que llegan, en variedad y distancia, mucho más allá de cuanto podrían alcanzar si no se dieran tales mediaciones.

Como vemos, la cuestión de la mediación de la experiencia no es un rasgo exclusivo de la modernidad o posmodernidad —en las sociedades premodernas las experiencias eran mediadas a través de las obras de arte, la literatura o los relatos populares transmitidos de forma oral— aunque sí lo es la experiencia tecnológicamente mediada a través, entre otros, de los medios de comunicación (GIDDENS, 1998 y THOMPSON, 1998).

Claro está que los materiales simbólicos que difunden los *media* no son los únicos que son intercambiados entre los individuos, pero sí que tienen un profundo impacto en el proceso de autoformación del yo, que depende cada vez más de estas «formas mediáticas de comunicación, tanto impresas, como posteriormente, electrónicas. El conocimiento local es completado, y progresivamente

desplazado, por nuevas formas de conocimiento no local que se encuentran fijadas a un estrato material, reproducido técnicamente y transmitido a través de los *media*» (THOMPSON, 1998: 274).

Esta conformación del yo a través, entre otros, de los contenidos mediáticos, también tiene consecuencias negativas, como es el hecho de que a la vez que la construcción de la identidad se enriquece de este tipo de materiales, el individuo presenta una mayor dependencia de los medios de comunicación para construir su propio yo (THOMPSON, 1998: 278). El ejemplo más radical de esta dependencia podría estar encarnado en la figura del fan, para el que los productos mediáticos llegan a constituirse como su preocupación central (THOMPSON, 1998: 287). Debido a esta sobrecarga simbólica la construcción del yo se torna como una tarea cada vez más compleja y que requiere de un mayor proceso reflexivo.

Si la descripción que hemos realizado supone uno de los rasgos más importantes que caracterizan a las experiencias en el albor del nuevo siglo, Giddens<sup>2</sup> (1998: 199 y ss) y Thompson (1998: 291) también hablan de otro fenómeno relacionado con el anterior: el secuestro o confiscación de la experiencia. Esto es, con el fin de generar seguridad y eliminar las incertidumbres y los riesgos amenazadores, las sociedades occidentales se han especializado en sustraer del ámbito de la experiencia individual aspectos dolorosos, generadores de inseguridad, pero que precisamente debido a su condición traumática han jugado un papel decisivo en la experiencia individual, y por extensión, en las identidades sociales. El secuestro de la experiencia alude a los procesos interconectados de ocultamiento que apartan de las rutinas de la vida ordinaria los fenómenos de la locura, la criminalidad, la enfermedad, la muerte, la sexualidad y la naturaleza (en algunos casos este secuestro está institucionalizado: así ocurre en el caso del manicomio<sup>3</sup>, la prisión o el hospital médico). «A través de las instituciones, la modernidad ha conseguido excluir de la vida social los problemas existenciales que plantean a los seres humanos dilemas morales de máxima importancia» (GIDDENS, 1998: 199). Los locos, los criminales y los enfermos son físicamente excluidos del contacto con la población normal, hecho que no siempre ha sido así, ya que por ejemplo en la época premoderna la locura, el crimen y la pobreza no se consideraban aún problemas sociales, sino que eran características extrínsecas de la existencia humana y por tanto las personas con estos «síntomas» no eran excluidas del orden social (GIDDENS, 1998: 200). Ahora bien, en la actualidad todos ellos (criminales convictos, personas que padecen algún tipo de trastorno psicológico o enfermedad grave) quedan en manos de especialistas y «cuando la mayoría de los individuos se topa con ellos, si llegan a topar, lo toman como algo

<sup>2</sup> Giddens aboga por denominar a nuestra época como modernidad tardía o radical en vez de posmodernidad. A pesar de ello, contempla la posibilidad de algún tipo de posmodernismo en el futuro.

<sup>3</sup> Una idea muy similar también la recoge Foucault en *La historia de la locura en la época clásica* (1979) donde expone cómo en la época comprendida entre 1650 y 1800 se produjo un distanciamiento entre locura y razón, y finalmente la razón venció a la locura, que quedó relegada a una «jaula de hierro» (en palabras de Weber) construida por los individuos que tienen razón. De ahí que la psicología científica del siglo XIX surgiera de la separación entre el demente (condenado al reclutamiento) y el cuerdo que se produjo a finales del siglo XVIII.

extraordinario» (THOMPSON, 1998: 292). Evidentemente, esta relegación supone una pérdida creciente del contacto directo con este tipo de acontecimientos y situaciones, por lo que la experiencia queda reducida predominantemente a una mediación, sobre todo, de índole tecnológica.

El secuestro de las experiencias con elevados componentes traumáticos hacen que la vida tienda a apartarse de cuestiones y dilemas existenciales y morales (GIDDENS, 1998: 17), excluyendo de lo social los problemas, valores y modos de comportamiento que pueden perturbar la convivencia. Esta situación conlleva que experiencias fundamentales de la vida como son la enfermedad y la muerte queden ocultas a la contemplación de los individuos y reducidas únicamente al ámbito mediático (o mediado). La muerte se oculta a la vista de los vivos, es un asunto técnico y su valoración ha pasado a manos de la profesión médica; la criminalidad y la locura tratan de ser «corregidas» en cárceles y manicomios; por último la naturaleza, ha sido secuestrada ya que en las ciudades, por ejemplo, sólo quedan representaciones en zonas verdes cuidadosamente conservadas, pero en su mayoría artificialmente construidas (GIDDENS, 1998: 206).

Esta mediación tecnológica de la experiencia aumenta la influencia de acontecimientos distantes sobre sucesos próximos y sobre la intimidad del yo. En este sentido, las sociedades industrializadas han generado una serie de peligros —terrorismo, guerras, epidemias, etc.— que además, debido a la globalización y por tanto al acercamiento de puntos que antaño carecieron de conexión alguna, también van a influir en la conformación de la experiencia e identidad del individuo.

Por último y en relación con la experiencia del individuo contemporáneo, no debemos pasar por alto el proceso de comercialización de la misma. De hecho, si bien la economía en las primeras etapas del capitalismo se basaba en la producción, y más tarde evolucionó hacia el consumo —transición que se produjo con el acceso a la adquisición de bienes y servicios—, en el contemporáneo capitalismo cultural (RIFKIN, 2000) o de ficción (VERDÚ, 2003) la economía se basa en el acceso a la experiencia y al disfrute. Ya no consiste en poseer más bienes materiales, sino en acumular un mayor número de experiencias (tecnológicamente) mediadas. En este sentido, Ritzer (2000) habla de una institucionalización del disfrute, sin parangón en la historia, a través de los medios de consumo. Estos espacios (supermercados, centros comerciales, cibercentros, grandes hipermercados, casinos etc.), en los que se planifica racionalmente el entretenimiento y la compra de toda clase de mercancías, absorben gran parte del tiempo libre de unos hombres y mujeres que, con la conquista del estado de bienestar, han ganado en calidad de vida.

Para Rifkin (2000: 14) si bien en el capitalismo industrial el régimen de propiedad era el fundamento que daba sentido a la economía y al sistema, en el emergente capitalismo cultural se está produciendo una transición hacia el acceso (pasamos de la importancia de la propiedad a la importancia del acceso). Los conceptos, las ideas, las imágenes y no las cosas son los auténticos artículos de valor en la nueva economía. La riqueza ya no reside en el capital físico sino en el intelectual, en la imaginación y la creatividad humanas. Pero este último rara vez se intercambia, por el contrario los proveedores (que han sustituido a los vendedores y los usuarios a los compradores) lo retienen rigurosamente y lo arriendan

u ofrecen a otros la licencia de uso por un tiempo determinado. Un movimiento que está llevando de la producción industrial a la cultural, en donde cada vez mayores parcelas del comercio están relacionadas con la comercialización de una amplia gama de experiencias culturales: turismo, parques temáticos, lugares dedicados al ocio dirigido, el cine, la música, los mundos virtuales del ciberespacio, la televisión... Toda diversión mediada electrónicamente se convierte en el centro del nuevo hipercapitalismo que comercia con el acceso a este tipo de experiencias. Asegurarse el acceso a la mayor diversidad de recursos y experiencias que alimenten nuestra existencia psicológica se convierte en algo tan importante como mantener la propiedad. La producción cultural es la etapa final del modo de vida capitalista que comenzó fabricando productos, para más tarde abocarse a la proporción de servicios y terminando en el ofrecimiento del acceso a la experiencia (RIFKIN, 2000: 19).

Así, la esfera cultural se introduce en la comercial, donde se mercantilizan las vivencias preparadas para el deleite de los clientes, con espectáculos comerciales de masas, entretenimiento y ocio personalizado. Rifkin, en su descripción de la actual era del acceso, llega un poco más lejos y apunta que esta esfera comercial acaba por convertir todas las relaciones en relaciones económicas: «Imaginemos un mundo en el cual prácticamente toda actividad exterior a los límites estrictos de las relaciones familiares se convierte en una experiencia de pago» (RIFKIN, 2000: 20).

En definitiva, en este capitalismo cultural los medios de comunicación cobran cada vez un mayor protagonismo, puesto que son uno de los principales suministradores e intermediarios de las experiencias culturales (o tecnológicamente mediadas). Destaca el papel de intermediarios puesto que los media difunden y constituyen el relato del mundo donde esas experiencias son posibles e incluso deseables. Por lo tanto los medios, como suministradores principales o intermediarios, van a ocupar un papel destacado en el proceso de mercantilización de las experiencias culturales. Esta es precisamente la crisis de la posmodernidad que señala el autor: «La economía ha puesto sus miras en la última esfera de la actividad humana que quedaba por mercantilizar: la cultura. El tiempo cultural se desvanece, dejando a la humanidad exclusivamente con vínculos comerciales como elemento de apoyo civilizatorio» (RIFKIN, 2000: 21).

### 3.2. LAS TRANSFORMACIONES EN LA DIMENSIÓN PÚBLICA

Pero como señalábamos anteriormente, no sólo la experiencia, el yo y la interacción sufren modificaciones debido a la incidencia de los *media*. También la visibilidad como nueva forma de dimensión pública; el espacio público ha sido transformado por los *media* (THOMPSON, 1998: 162). Entendemos este espacio como el lugar simbólico, no sólo en el que se dirimen los conflictos, sino en general, donde se debaten y presentan los asuntos públicos y colectivos.

El resumen de lo que vamos a tratar en este apartado es el siguiente: históricamente lo público (los asuntos públicos que conforman el espacio público) se ha definido frente a lo privado. Es decir, los asuntos públicos eran principalmen-

te aquellos que afectaban a la colectividad (política, gobierno, eventos culturales, etc.). Frente a ellos, lo privado estaba compuesto por los asuntos pertenecientes a la intimidad (familia, amigos, etc.). Los asuntos públicos, o lo que es lo mismo, la propiedad pública era espacializada y dialógica, es decir, se trataba directamente cara a cara y en un mismo espacio. Por ejemplo, en la Edad Media y principios de la Edad Moderna europea las cuestiones de Estado eran resueltas en los círculos privados de la corte, invisibles para el resto de la población (THOMPSON, 1998: 167). En la contemporaneidad esta situación cambia radicalmente, transformación debida, en parte, a la influencia de los medios de comunicación (recordemos que tienen unos efectos profundos y a largo plazo sobre la sociedad). Ahora los asuntos que conforman la propiedad pública también son de naturaleza privada (por ejemplo, se hacen públicas las historias sentimentales) y ya no son dialógicos, ni espacializados. Además, el espacio público ha sido «conquistado» por los medios de comunicación (espacio mediático). Pero veamos más detenidamente todas estas cuestiones.

En principio, el espacio público podría presentarse en confrontación con el espacio privado (las relaciones de familia o íntimas y personales), pero la exhibición pública de la intimidad o de asuntos que en principio pertenecen al ámbito de lo privado, hace que cada vez sea más complejo establecer esta distinción. Verdú (2003: 163) denomina a este fenómeno como la hipervisibilidad, esto es, que todo en las sociedades contemporáneas puede ser publicado, incluso temas que tradicionalmente habían pertenecido al espacio privado y que por ende no tenían los rasgos ni las cualidades necesarias para adquirir una dimensión pública. Todo merece ostentar un rango público: la intimidad, las historias personales de la gente corriente, el carácter dramático de la enfermedad... «El sida, la homosexualidad, la violencia doméstica, la pedofilia del clero, los cambio de sexo, los implantes mamarios han obtenido una publicidad total» (VERDÚ, 2003: 162).

De esta forma, debido precisamente a este rasgo, el espacio público se expande e incluye dentro de su área al privado: el individuo ansía obtener publicidad y conquistar con ello su minuto de gloria. Buena fe de ello la dan toda la proliferación de programas en la que se concede la posibilidad al ciudadano de a pie de obtener su particular porción de fama, porque lo que valora el actual sistema capitalista (para Verdú, de ficción) es precisamente la gloria, que «sólo puede ser pública» y denosta e infravalora el anonimato de quienes se exilian en sus particulares templos de privacidad.

Teniendo en cuenta este fenómeno característico de los *media* contemporáneos, habría que redefinir lo público y lo privado, para que los conceptos recojan una tendencia que parece ir en aumento. Realizar una revisión conceptual de este tipo puede resultar una pretensión excesivamente ambiciosa, dado que históricamente «la distinción entre lo público y lo privado tiene una larga tradición en el pensamiento social y político occidental» (THOMPSON, 1998: 163).

A la hora de realizar una mayor profundización en este asunto, las obras del alemán Jürgen Habermas (1999) y del italiano Norberto Bobbio (1985) pueden resultar claves. En este libro, de manera muy breve dado que no es nuestro objeto de estudio realizar una completa definición de estos términos, vamos a entender la dicotomía público-privado en un sentido principalmente: «Lo público

como aquello que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticia de ello. Lo que es privado, por oposición, es lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto o dentro de un espacio restringido de personas. Así la dicotomía público-privado tiene que ver con lo público versus lo privado, con la apertura versus el secretismo, con la visibilidad versus la invisibilidad» (THOMPSON, 1998: 166).

En la contemporaneidad, ésta es la transformación más relevante que se produce en el espacio público (un cambio que puede resultar incluso radical), dado que éste ha pasado a depender de los medios de comunicación, que son los que dictaminan qué es público y qué es privado (independientemente de su naturaleza): «Los medios de comunicación han reconstruido las fronteras entre vida pública y privada» (THOMPSON, 1998: 168). De esta manera, el espacio público pasaría a convertirse en un espacio mediático.

Esto también conlleva la aparición de la propiedad pública mediática (THOMPSON, 1998: 169). Así, la propiedad pública tradicional requería de la presencia física de los individuos en un espacio común; sin embargo, los *media* «desvinculan» la propiedad pública de un espacio (y un tiempo) físico común concretos, de tal manera que es posible compartir una acción entre personas que no están físicamente presentes en el momento y lugar en el que ha ocurrido ese acontecimiento. Esta propiedad pública mediática «ha asumido un papel cada vez más importante en el mundo moderno» (THOMPSON, 1998: 169), pero ello no significa que desaparezca la tradicional, aquella que requería una co-presencia, sino que «en la medida en que los nuevos medios de comunicación se hacen más omnipresentes, las nuevas formas de propiedad pública van gradualmente complementando, y posteriormente extienden, transforman y desplazan, las formas tradicionales de propiedad pública» (THOMPSON, 1998: 170).

Para Habermas (1999) la esfera pública burguesa se formó en las cafeterías y salones del siglo XIX y nació como fruto de la interacción cara a cara de unos individuos que discutían racionalmente los asuntos publicados en la prensa. Pero, la cuestión está en que el tipo de situaciones comunicativas que crean los medios electrónicos (Habermas se refiere principalmente a la radio y la televisión) son radicalmente diferentes a la discusión racional generada por la prensa siglos atrás. «Habermas sostiene que la radio y la televisión crean nuevas formas de conversación que no tienen nada que ver con las generadas por el medio escrito. La apropiación de los productos mediáticos ahora es privada» (THOMPSON, 1998: 176). Por esto Habermas apuesta por recuperar el proyecto de la Ilustración (debate y discusión racionalizadas), cuestión tratada con una mayor profundidad en el siguiente apartado, porque esa apropiación privada deja muy lejos el debate ilustrado propio de los clubes y cafeterías del siglo XIX.

«Con los nuevos medios de comunicación (desde la imprenta a la comunicación electrónica) la propiedad pública se desvincula de la idea de conversación dialógica en cierto lugar compartido (que es el concepto de opinión pública habermasiana). Se ha convertido en des-espacializada y no dialógica, y de manera creciente más vinculada al tipo de visibilidad distintiva producida por y a través de los *media*» (THOMPSON, 1998: 177).

Como consecuencia del desarrollo de los *media*, los personajes públicos (como es en el caso de la clase política) adquieren un mayor grado de notoriedad: «Antes del desarrollo de los *media*, los líderes políticos resultaban invisibles para la mayoría» (THOMPSON, 1998: 162). Precisamente, como la propiedad pública sufre un proceso que la arranca de un espacio y un tiempo concreto, la visibilidad de los personajes públicos en general (de los líderes políticos en este caso concreto) se hace más perdurable, con una mayor difusión espacial; además, el hecho de que los actores (personajes públicos y receptores) tengan que compartir un mismo espacio, favorece la mayor difusión de la propiedad pública.

Esta transformación del espacio público tiene una repercusión directa sobre la clase política dado que ahora muchas personas pueden reunir información sobre unos pocos (los políticos) gracias a los *media*, por lo que los políticos son sometidos al control de la mayoría. El cambio en la gestión de la visibilidad es descrito de manera muy clara por Thompson; se me va a permitir reproducir la siguiente extensa cita que creo refleja muy claramente la situación apuntada: «Antes del desarrollo de la imprenta y de otras formas de comunicación mediática, los gobernantes podían generalmente restringir la visibilidad a los reducidos círculos de la asamblea o corte. La visibilidad requería co-presencia: uno podía ser sólo visible para aquellos que compartían la misma ubicación espacio temporal. De ahí que emperadores, reyes, príncipes y otros detentadores del poder concentraran sus esfuerzos en administrar su autopresentación ante aquellos con los que interaccionaban en citaciones cara a cara [...]. Había ocasiones en las que los gobernantes aparecían ante audiencias más amplias, que comprendían, entre otros, algunos de los sujetos a los que gobernaban. Se trataba de grandes acontecimientos públicos como coronaciones, funerales reales o desfiles militares. La pompa y la ceremonia de tales ocasiones, la extravagancia de las vestimentas y de la escenografía, la lejanía de la figura que podía ser vista, pero no oída o tocada ni confrontada de igual a igual: todo ello permitía al gobernante mantenerse a cierta distancia de sus vasallos [...]. El mantenimiento de la distancia atestigüa la sacralización del poder. El gobernante se situaba por encima y su existencia era tanto mortal como divina. La mayoría de las sociedades antiguas o medievales, no obstante, apenas tenían ocasión de ver a sus gobernantes más poderosos, si es que alguna vez los vieron [...]. La mayoría de las apariciones públicas del monarca tenían lugar en el centro político, en las salas y cortes del palacio o en las calles y plazas de la capital. En las regiones periféricas, los súbditos participaban participaban de manera habitual en festivales celebrando la existencia del monarca sin haberle visto jamás en persona» (THOMPSON, 1998: 180-182).

Obviamente, esta situación ha cambiado radicalmente en la actualidad. Hay varias diferencias. Algunas de ellas son las siguientes (THOMPSON, 1998: 183):

1. Desde principios del XIX el tamaño de las audiencias capaces de recibir mensajes mediáticos ha experimentado una ampliación sin precedentes. De ahí que los políticos a día de hoy tengan que vérselas con un número de receptores cada vez mayor.

2. El desarrollo de la televisión ha re-enfatizado la importancia de la visibilidad, por lo que cada vez es más importante la apariencia visual de los líderes

políticos —la manera de vestir, comportarse, etc.— (por ejemplo, debate Nixon-Kennedy/Aznar-González).

3. La tercera diferencia tiene que ver con el desarrollo autónomo de los sistemas políticos que, en muchas sociedades occidentales, han asumido progresivamente la forma de democracia liberal; en ella, los partidos compiten a intervalos regulares, de acuerdo con ciertas reglas, con el propósito de asegurarse un número suficiente de votos populares para instalarse en el poder. En este sentido, los medios de comunicación juegan un papel fundamental como foro privilegiado dentro del que la competición tiene lugar hasta tal punto que «renunciar a la gestión de la visibilidad a través de los media sería un acto de suicidio político» (THOMPSON, 1998: 184).

Finalmente, este cambio en la visibilidad que afecta a la propia gestión política pues ser representada a través de la metáfora del panóptico (THOMPSON, 1998: 178). El panóptico fue un tipo de prisión creada en el siglo XVIII en el que el carcelero vigilaba a los presos a través de una torre central que estaba rodeada por las celdas de los apresados. Una persona vigilaba a muchas. Esta situación cambia en las sociedades contemporáneas dado que ahora es la mayoría (la ciudadanía) la que somete a vigilancia a la minoría (gobernantes). Si bien el panóptico hace a mucha gente visible por unos pocos permitiendo ejercer el poder sobre una mayoría sometida a un estado de permanente visibilidad, el desarrollo de los medios de comunicación proporcionaba los medios mediante los que muchas personas pueden reunir información sobre unos pocos: «Gracias a los media son fundamentalmente los que ejercen el poder (gobernantes) quienes quedan sujetos a cierto tipo de visibilidad, en vez de aquellos sobre los que se ejerce el poder (ciudadanos)» (THOMPSON, 1998: 180).

En resumen, los medios de comunicación han provocado que la formación de la opinión pública no esté ligada a un lugar y un tiempo concretos: en gran parte debido a los *media*, emerge un nuevo concepto de los asuntos públicos y colectivos, que ahora quedan determinados, no tanto por su naturaleza, como por la visibilidad otorgada por el entorno mediático.

### 3.3. EN TORNO A LA TRADICIÓN: UN DEBATE SOBRE LA MODERNIDAD Y LA POSMODERNIDAD

Continuando con la argumentación que justifica el grado de institucionalización y relevancia que los *media* han adquirido en la sociedad contemporánea, cabe destacar la transformación que también ha padecido la tradición (creencias, costumbres, ritos, noticias etc. transmitidas de generación en generación). Al igual que sucede como resultado de la incidencia de los medios de comunicación en la propiedad y el espacio públicos, la tradición supera las limitaciones que suponía su única transmisión y perdurabilidad a través del intercambio cara a cara. «La tradición se desritualizó; perdió sus lazos con la experiencia de la vida cotidiana de las personas. Sin embargo, el desarraigo de las tradiciones no les privó del sustento. En vez de ello, preparó el camino para ampliarlas, renovarlas y reincorporarlas en nuevos contextos y unidades espaciales que se encontraban más allá de los límites de la interacción cara a cara» (THOMPSON, 1998: 239).

La posmodernidad describiría una nueva época (a partir de la segunda mitad del siglo XX) en cuya gestación tienen un papel muy destacado los medios de comunicación. La conceptualización de la corriente posmoderna es una tarea compleja debido a que en ella se enmarcan pensadores de muy diferente índole. Además, hay autores que se resisten a definir a la contemporaneidad como posmoderna y continúan hablando de época moderna. En este apartado desarrollaré algunas cuestiones posmodernas dado que, independientemente de que los supuestos sean más o menos acertados/aceptados, es cierto que están teniendo una presencia muy destacada en el pensamiento social contemporáneo. Además, cada vez con más frecuencia, en los análisis sobre el espectáculo audiovisual se parte del pensamiento posmoderno.

En general, esta época estaría caracterizada por el auge de lo emotivo (frente a lo racional); por la pluralización en el pensamiento; por el mayor relativismo que impera en la sociedad frente a la caída o pérdida de atracción de los grandes metarrelatos (judeocristianismo o Dios, la Ilustración o la razón, las ideologías...); por la emergencia de lo retro; la sobrevaloración del yo que trata de conquistar su realización en la esfera íntima... Claro está, no han faltado voces que han criticado a esta época apuntando que los individuos van a la deriva sin valores absolutos a los que aferrarse; pero donde unos ven deriva otros hablan de la liberación (al fin) de la humanidad pues cada uno reafirma lo que es y las minorías ya no se encuentran ni silenciadas ni reprimidas.

A la hora de conceptualizar a la posmodernidad, podría desarrollar infinidad de aspectos. Voy a centrarme en algunos de los que creo son más significativos:

— En primer lugar, desarrollaré la sociedad transparente teorizada por Gianni Vattimo y la pérdida de vigencia de los metarrelatos modernos.

— En segundo, las reflexiones sobre el sentido de Berger y Luckmann. Estos autores consideran, como veremos en el desarrollo de este apartado, que a pesar de la caída o pérdida de vigencia de los grandes metarrelatos las sociedades contemporáneas no viven una crisis de sentido general.

— El tercer aspecto seleccionado es el cambio de valores que se ha producido en la sociedad posmoderna, donde emerge con fuerza el individuo narcisista y hedonista del que habla Lipovetsky.

— Por último, recojo las principales críticas vertidas a la corriente posmoderna, donde, sin lugar a dudas, merece una especial mención el alemán Jürgen Habermas.

#### a) *La sociedad transparente y la pérdida de vigencia de los metarrelatos modernos.*

Aunque comparten posturas diferenciadas en torno a este debate —según Thompson (1998: 23) no hay claros signos de que nos encontremos en una nueva época; por el contrario, Vattimo (1998) opera en un mundo abiertamente posmoderno—, Vattimo (1998) también señala la modificación de la tradición por la influencia de los *media*. Así, los medios de comunicación liberan al individuo,

desempeñando un papel fundamental en el nacimiento de la sociedad posmoderna, dado que la caracterizan no como una sociedad más transparente (aunque paradójicamente este sea el título de la obra a la que aquí aludimos) sino como una sociedad más compleja, incluso caótica (debido a sus múltiples flujos informativos), situación en la que reside la esperanza de emancipación del hombre. Para Vattimo (1998), la posmodernidad supone la disolución de la idea de la historia como un curso unitario, que pone en crisis la creencia en una realización progresiva del ser humano. La imposibilidad de entender la historia como un todo unitario ha sido provocada por varios factores: en primer lugar la crisis del colonialismo y del imperialismo europeos; en segundo y quizá en mayor medida, por el nacimiento de los medios de comunicación de masas y las tecnologías de la información y la comunicación (aunque Vattimo en *La sociedad transparente* no hace alusión expresa a las nuevas tecnologías, se da por supuesta la intervención de las mismas en la creación de los flujos informativos que señala el autor).

En relación al primer factor, una de las cuestiones fundamentales será que la historia transmitida de generación en generación sólo recoge un punto de vista, la perspectiva de las fuerzas dominantes, de los vencedores, de ahí que tradicionalmente se haya construido un transcurso de la historia en la que la sociedad ha ido progresando poco a poco. En la misma dirección Benjamin (1973) en su ensayo «Tesis sobre la filosofía de la historia» señala que la historia presentada como curso unitario es una representación del pasado construida por los grupos y clases sociales dominadores. En este sentido, Bessis (2002) habla de la hegemonía de occidente, que ha construido su pensamiento europeo desde la convicción de su supremacía, desde la creencia en la superioridad de su raza, configurando una identidad cerrada en la que los «otros» (los no europeos) han sido deshumanizados.

En relación al segundo factor que provoca el que ya no se conciba la realidad como un todo homogéneo, los *media* han jugado un papel preponderante en la disolución de los puntos de vista centrales, en la caída de los grandes metarrelatos (Dios, la razón, la libertad), ya que, y he aquí la posible liberalización del individuo, ofrecen una explosión de las visiones del mundo.

En esta multiplicidad de la comunicación, un importante número de subculturas ha tomado la palabra (VATTIMO, 1998: 80), pluralización que hace imposible concebir al mundo desde un único punto de vista. El resultado será que la realidad objetiva (en el sentido positivista clásico) no existe, sino que es el resultado del entrecruzamiento de las muchas imágenes, interpretaciones y reconstrucciones que compiten entre sí y que son distribuidas por los *media*. Este hecho es el que abre la puerta a la emancipación del ser humano; en cuanto cae la idea de una racionalidad central de la historia, el mundo de la comunicación generalizada estalla en la multiplicidad de las racionalidades locales (minorías étnicas, sexuales, religiosas, culturales o estéticas) que toman la palabra al no ser, por fin, silenciadas y reprimidas por la idea de que hay una sola forma verdadera de realizar la humanidad, en detrimento de todas las individuales. En este sentido, la posmodernidad sería sinónimo de diversidad frente a la homogeneidad de la época moderna.

El efecto emancipador de la liberación de las racionalidades locales no consiste sólo en la manifestación de lo que cada uno es de verdad (negro, mujer, ho-

mossexual, musulmán) sino que está más bien en el extrañamiento que acompaña al primer paso de identificación. Si soy consciente de que mi sistema de valores (religiosos, éticos, políticos, étnicos) no es el único, sino que convive con otros muchos en este mundo de culturas plurales, tomaré conciencia de las limitaciones de todos estos sistemas, empezando por el mío (VATTIMO, 1998: 85).

Vattimo, en definitiva, aboga por el encuentro con otros mundos y formas de vida, que posibilita la sociedad de la comunicación generalizada y la pluralidad de culturas.

Por ello decimos que Vattimo, al igual que Thompson, habla de una modificación de la tradición, en parte debido a los medios de comunicación. La hipótesis que defiende Thompson (1998: 239), así como la teoría de Vattimo (1998) introducen el debate abierto en torno a la modernidad y a la posmodernidad, puesto que señalan que la tradición y el pensamiento no han sido destruidos por los *media*, sino que más bien han sufrido una transformación. No se trata de que se hayan perdido las tradiciones (como parecen apuntar algunos autores posmodernos) sino que éstas se redefinen en una nueva época. En este sentido, Thompson se presenta como un autor que describe a la contemporaneidad como moderna antes que posmoderna<sup>4</sup>. Apuntamos esta idea porque una de las conceptualizaciones más generalizadas que se han hecho sobre la posmodernidad es precisamente la de aquella época en la que se han debilitado una serie de creencias, metarrelatos tales como el Judeocristianismo, la Ilustración o el marxismo, que dotaban de cohesión al orden social.

En este sentido, la posmodernidad supone para Lyotard (1998) el fracaso de los grandes metarrelatos modernos, esto es, de las historias y representaciones más generales y fundamentales a las que se les atribuyó el sentido último y la justificación final de la existencia. Los hombres a lo largo de la historia se han ido adhiriendo a estos valores y han emprendido sus acciones basadas en dichas creencias trascendentales. «La gran función de estos metarrelatos fue legitimar las prácticas morales, sociales y sobre todo políticas» (HOTTOIS, 1999: 480): suministrar propósitos creíbles para la acción, la ciencia o la sociedad en general (LECHTE, 2000: 310).

El «metarrelato más característico de la modernidad europea fue el de la Ilustración: la historia del progreso de la humanidad gracias al desarrollo de las ciencias y las técnicas, a la sociedad igualitaria y fraternal, liberada de las servidumbres de la naturaleza, de la ignorancia y de la injusticia. El fin de la Historia coincide con el advenimiento de una sociedad emancipada y universal. Este metarrelato del triunfo del racionalismo moderno sigue funcionando todavía hoy en día para justificar la investigación y el desarrollo científicos» (HOTTOIS, 1999: 481).

<sup>4</sup> «A pesar de toda la retórica del posmodernismo y la posmodernidad, hay muy pocos signos de que los habitantes del mundo de finales del siglo XX hayan entrado recientemente en una nueva era, y que las puertas abiertas por el advenimiento de las sociedades modernas se hayan cerrado en la actualidad a sus espaldas» (THOMPSON, 1998: 23). Para el autor, no se trata de la emergencia de una nueva era más allá de la modernidad, sino de la caducidad de nuestras estructuras teóricas: «Lo que nosotros necesitamos en la actualidad no es la teoría de una nueva era, sino la nueva teoría de una era cuyos amplios contornos fueron establecidos años atrás, y cuyas consecuencias aún tenemos que esclarecer plenamente» (ibidem).

Esta creencia en la razón (y en la ciencia) no es el único metarrelato que pierde su poder de atracción en esta nueva época<sup>5</sup>. No existen verdades absolutas, por lo que hay otras creencias (que otrora dieron sentido y cohesión al menos a gran parte de la humanidad, a aquella que aceptó y creyó en los metarrelatos occidentales) que también pierden su capacidad de atracción. Se trata del judeocristianismo, marxismo y socialismo, hegelianismo, positivismo o evolucionismo (HOTTOIS, 1999: 477 y 481).

b) *La cuestión del sentido y el cambio de valores en la sociedad posmoderna*

En principio, lo que produce esta caída de las creencias tradicionales —en cuyo derrumbe, según Vattimo (1998) han tenido una influencia determinante los medios de comunicación— es una desorientación, ya que sin valores profundos a los que aferrarse, los individuos van a la deriva (JAMESON, 2001). Pero no todos los autores comparten esta postura dado que:

1. En primer lugar son varios los pensadores que destacan los aspectos positivos de la nueva situación posmoderna, como es el caso de Lipovetsky (2000) y Vattimo (1998).
2. En segundo, Berger y Luckmann (2002) no consideran que la modernidad (estos dos autores califican a la época contemporánea de moderna) implique una crisis de sentido general, sino que, en cualquier caso, se trata de crisis limitadas a áreas muy concretas y específicas.

Veamos un poco más en profundidad estos dos aspectos.

1. Así, Lipovetsky (2000: 11) indica que no hay tal carencia de sentido: «No es cierto que estemos sometidos a una carencia de sentido, a una deslegitimación total; en la era posmoderna perdura un valor cardinal, intangible, indiscutido a través de sus manifestaciones múltiples: el individuo y su cada vez más proclamado derecho de realizarse, de ser libre en la medida en que las técnicas de control despliegan dispositivos cada vez más sofisticados».

Este valor por el que apuesta Lipovetsky (2000) es refutado por otros dos autores, ya que para Berger y Luckmann (2002) este solipsismo extremo, es decir, el subjetivismo total, según el cual sólo el yo individual existe o puede ser conocido, es una aseveración indebida e «incluso puede volverse peligrosa» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 112). La argumentación que esgrimen estos dos autores es

<sup>5</sup> Aunque con frecuencia no podemos homogeneizar el pensamiento de los autores posmodernos dado que necesariamente no tienen que compartir rasgos comunes (HOTTOIS, 1999: 476), encontramos algunos pensadores que defienden, en mayor o menor medida el supuesto de la caída o pérdida de vigencia de los grandes metarrelatos: Hottois (1999), Lemert (1990), Lyotard (1998), Maffesoli (2004) o Baudrillard (2002), entre otros.

que esta posición relativista posmoderna (en nuestro caso defendida por Lipovetsky) adolece de contradicciones internas: «Si se pusiera en práctica daría motivo para que el individuo finalmente abandonase la sociedad. Una persona que acepta por igual normas absolutamente distintas y mutuamente contradictorias no podrá realizar acciones coherentes, de las cuales pueda responsabilizarse. Esta aseveración quiere decir que si el individualismo es el valor máximo en una sociedad, el individuo está por encima de todo, y por ejemplo, no tendrá por qué supeditarse a determinadas leyes. La persona será incapaz de explicar razonadamente por qué actúa de una manera y no de otra; sus acciones parecerán del todo arbitrarias y nadie tendrá la seguridad de que no cambiará por completo de carácter en el futuro. En consecuencia, los individuos que ya no son responsables de sus acciones no pueden cumplir con las obligaciones mutuas que son propias de las relaciones sociales. Se perdería el mínimo nivel de recíproco respeto que es esencial para la existencia de las comunidades de vida y por ende de toda la sociedad» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 112).

Por tanto, desde la perspectiva de Berger y Luckmann el individualismo extremo en el sentido de ubicar al individuo como el máximo valor de una sociedad, en principio se presenta como una afirmación endeble, dado que el hecho de que el yo esté por encima de todo puede acabar en su propia autodestrucción (pues es el único responsable de lo que acontece).

Tampoco Vattimo (1998) termina de aceptar la desorientación del individuo que señala Jameson (2001) debido a la ausencia de valores profundos, dado que para él precisamente lo que caracteriza a la época contemporánea es la eclosión de subculturas y creencias (que tienen cabida en el espacio público a través de liberalización del individuo, mediante la caída de las visiones centralistas del mundo.

2. Como se ha apuntado, según Berger y Luckmann (2002), de los procesos de modernización y pluralización en las sociedades occidentales de la actualidad surgen crisis de sentido, pero «sería engañoso concluir que las sociedades modernas sufren crisis globales de sentido. Aún existen personas capaces de establecer una relación dotada de sentido» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 67). Los autores definen el sentido como «el tomar conciencia de que existe una relación entre las distintas experiencias» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 32) que vive el ser humano a lo largo de su vida. Por lo que la crisis de sentido implica que el ser humano no entienda ni acepte su propia existencia dado que no encuentra una explicación, una causa, el porqué de sus vivencias.

La hipótesis que exponen los autores de *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*, es que en la época moderna se produce un cambio en la estructura social. Ésta en las sociedades premodernas se caracterizaba por poseer un «sistema de valores único y de aplicación general, dentro del cual los distintos estratos y ámbitos de sentido se encontraban adecuadamente integrados» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 51). Obviamente, este primer tipo de estructura social no es muy



susceptible de experimentar crisis de sentido. «La situación es distinta en las sociedades modernas, donde los valores compartidos y de aplicación general dejan de ser válidos para todos y ya no están estructuralmente asegurados, así como, dichos valores no penetran con igual intensidad en todas las esferas de la vida, ni logran armonizarlas» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 53).

Lo que va a suceder en las sociedades modernas<sup>6</sup> no es que se pierdan los valores que confieren sentido al orden social de manera total —«es difícil concebir a una sociedad que carezca de un sistema de valores y de reservas de sentido» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 46)— sino que existen comunidades de sentido dentro de una sola esfera orientadas hacia áreas concretas —en las comunidades de vida se presupone la existencia de un grado mínimo de sentido compartido (BERGER y LUCKMANN, 2002: 46)—, pero que «no pueden ser integrados en esquemas de sentido supraordinales» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 55). Incluso en épocas difíciles, las crisis de sentido rara vez afectan simultáneamente y con la misma fuerza a todas las áreas de la existencia (BERGER y LUCKMANN, 2002: 95); las sociedades modernas no experimentan normalmente una proliferación alarmante de crisis de sentido, «si bien es cierto que las crisis de sentido subjetivas e intersubjetivas ocurren con mayor frecuencia en las sociedades occidentales de la actualidad, no se condensan en una crisis de sentido general que afecte a toda la sociedad» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 105).

Esto es, continúan existiendo las reservas de sentido, así como las instituciones intermedias que lo guardan y suministran (como es el caso de las Iglesias), pero han dejado de tener una influencia a nivel global para pasar a tenerla en el ámbito de lo privado: «Se aspira al sentido de la vida en la existencia individual» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 56). En relación a las instituciones religiosas, los autores señalan que «han dejado de ser las únicas portadoras de órdenes globales de valores y sentido. Su función se ha ido reduciendo cada vez más a la de instituciones secundarias. Se han trasladado desde la plaza al extrarradio [...] Las iglesias abandonan su (vacía) función pública, y asumen un rol privado en la vida de aquellos que continúan siendo sus miembros o que acaban de incorporarse a ellas» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 103-106). Aún así, no hay que desacreditar el papel de las Iglesias, dado que realizan una importante contribución a la sociedad en su conjunto, pues son fuente de sentido para la vida familiar y la ciudadana; permiten mantener la estabilidad y la credibilidad de las grandes instituciones (principalmente del Estado); disminuyen la alienación de los individuos en la sociedad y contribuyen, junto al resto de instituciones intermedias, a la cohesión de las comunidades.

De tal forma que nos encontramos con que cada comunidad de vida (desde la familia hasta una orden monacal) aspira a tener un sentido de vida independiente de otros grupos y comunidades, por lo que existen varios sistemas de valores, que conviven de manera simultánea, pero (que pueden ser) completamente diferentes. El estado que resulta de esta convivencia de múltiples sistemas de valores y co-

<sup>6</sup> Según Berger y Luckmann (2002) ya en el siglo XVIII se comenzaron a experimentar las transformaciones en la estructura social. Por tanto, se entiende que el inicio de la época moderna habría que ubicarlo en ese mismo siglo XVIII.

munidades de sentido es el pluralismo. Ésta no es una cuestión novedosa, ahora bien, ha alcanzado su pleno desarrollo sólo en las sociedades modernas. Cuando el pluralismo a su vez se transforma en un valor supraordinal para una sociedad podemos hablar de pluralismo moderno (BERGER y LUCKMANN, 2002: 57).

Podría decirse que el pluralismo lleva aparejadas las crisis estructurales de sentido (BERGER y LUCKMANN, 2002: 74), por lo que ambas realidades están íntimamente relacionadas. El pluralismo moderno implica pues que, al convivir diferentes comunidades de sentido, el individuo crezca en un mundo en el que no existen valores comunes que determinen las acciones en las distintas esferas de la vida, y en el que tampoco existe una realidad única idéntica para todos: «Aunque el individuo crece en una comunidad de vida que lo incorpora en un sistema de sentido supraordinal, no cabe suponer que éste sea el sistema de sentido de sus contemporáneos. Esas otras personas pueden haber sido moldeadas por sistemas de sentido completamente distintos de las comunidades de sentido en que crecieron» (BERGER y LUCKMANN, 2002: 61). Así, según estos dos mismos autores las ideologías totalitarias que emergieron a lo largo del siglo XX intentaron restaurar de forma permanente los esquemas interpretativos tradicionales (BERGER y LUCKMANN, 2002: 62). En definitiva, estas comunidades de sentido sirven para evitar la propagación pandémica de las crisis de sentido.

Se ha observado que los valores de este pluralismo moderno no sirven para contrarrestar de forma directa la propagación de las crisis de sentido, puesto que aunque indican al individuo cómo comportarse frente a otras personas y otros grupos, no dicen cómo conducir la vida cuando comienza a temblar el carácter incuestionado del orden tradicional (BERGER y LUCKMANN, 2002: 62).

Por todo ello, según Berger y Luckmann (2002: 67) sería engañoso concluir que las sociedades modernas sufren crisis globales de sentido, pues aún existen personas que son capaces de establecer una relación dotada de sentido, es más, aún en plena evanescencia del pluralismo moderno, existen islas de sentido, generadas por las instituciones, subculturas y comunidades de convicción que transmiten valores trascendentales y reservas de sentido y que las integran y sustentan en relaciones sociales y comunidades de vida concretas. Lo que pasa es que la gente maneja su vida sin una moral compartida y global, pero aún así, esta relativización total de los sistemas de valores y esquemas de representación (BERGER y LUCKMANN, 2002: 74-76) no nos lleva a una humanidad desorientada: sólo pequeños grupos de ciudadanos viven en una desorientación constante, dado que la mayoría de los personajes de las sociedades modernas no deambulan de un lado a otro.

La gama de supuestos que se dan por sentados, es decir, aquello que corresponde al ámbito del conocimiento seguro y no cuestionado se reduce a un núcleo relativamente pequeño que es difícil de definir, lo dado por supuesto disminuye, sé cada vez menos (BERGER y LUCKMANN, 2002: 87). Pero, un factor eminentemente positivo del pluralismo es que nos permite tomar nuestras propias decisiones, lo que implica una mayor libertad que en épocas anteriores.

En la misma línea, Hottois (1997: 482) no cree que la comprobación de la disgregación de los metarrelatos plantee problemas importantes (de legitimación, de sentido). Por el contrario, esta situación «no es obligatoriamente desoladora y no

debe inclinarse a la nostalgia. No hay por qué defender los grandes relatos a cualquier precio. Su búsqueda de unidad, de universalización, de totalidad y de totalización ha sido un factor de legitimación del dogmatismo, del fascismo y del totalitarismo. Fueron la justificación de muchísimos males y abusos perpetrados en nombre de la única Verdad y del único Progreso concebibles por quienes (entre ellos, muchos intelectuales) fueron hechizados por sus grandes relatos. El fracaso de los metarrelatos modernos es una prenda de tolerancia, de pluralidad, de libertad. Estimula el respeto de lo distinto o marginal, la consideración de lo singular y de lo particular, el reconocimiento de la indeterminación».

Maffesoli (2004) matiza el supuesto posmoderno de la caída de las creencias tradicionales y opta por conceptualizar a la posmodernidad como una época en la que se produce un cambio de valores, lo que no implica que éstos desaparezcan. Para este autor, en la posmodernidad aquellos valores que estuvieron de acuerdo con las grandes líneas de la modernidad pierden su poder de atracción, de imantación, no tienen tanta fuerza como cuando nacieron en la modernidad (por tanto no terminan de desaparecer), aunque continúan existiendo oficialmente. Para entender los nuevos valores que emergen en la posmodernidad, Maffesoli señala en primer lugar las características de la cultura moderna, concretamente tres. La primera de ellas es la emergencia del trabajo como imperativo categórico: en el inicio del siglo XIX el trabajo se convirtió en la realización del mundo. En este contexto, aparece el individuo prometeico, que es aquél cuyo fin principal es conservar la vida y el trabajo. La concepción prometeica del sujeto hace referencia a la economización y racionalización de las formas de vida social: señala una idea del sujeto individual fuertemente economizada y ligada a las aplicaciones tecnológicas y a los procesos de producción, directamente relacionada con la importancia creciente del trabajo en la vida cotidiana de las sociedades del XIX, que pasa a ser un factor central de la identidad y del proyecto de vida individuales (AGUADO, 2004 b). La segunda clave que aporta Maffesoli (2004) para definir a la modernidad es el racionalismo, donde todos los elementos de la vida van a estar sometidos a la razón. Por último, destaca la idea del utilitarismo, es decir, adquiere una preferencia «aquello que sirve para algo» (Maffesoli, 2004), con el fin de manipular el mundo natural o social. En la modernidad, emerge una lógica de la dominación, donde el hombre se convierte en el dueño y poseedor de la naturaleza.

Lo que sucede en la época posmoderna es que hay una saturación, una crisis: «En un cierto momento no se tiene conciencia, ni confianza en lo que se es» (MAFFESOLI, 2004). Al mismo tiempo en el que se está produciendo esta crisis, emergen una serie de elementos, de grandes tendencias a partir de lo que ha caído. En primer lugar, el autor señala la vuelta de una dimensión creadora, la vida deja de reducirse al trabajo (como sucedía en la modernidad). «El individuo hace de su vida una obra de arte» (MAFFESOLI, 2004). Se pone el acento sobre los aspectos más emotivos de la existencia humana y lo lúdico ocupa el lugar del trabajo. «Lo onírico e imaginario tienen una función. Lo irreal se expande. Época de creación, calidad, hedonismo» (MAFFESOLI, 2004).

El autor también destaca la preeminencia que adopta el cuerpo, lo sensible, el sentido en vez de la razón moderna. De hecho, las teorías posmodernas, que

apuntan la estrecha relación del mundo con el consumo (en vez de con la producción, como sucedía en la modernidad), no rechazan la idea de que la sociedad incluya elementos racionales, pero la definen principalmente por tener «emociones, sentimientos, intuición, reflexión, especulación, experiencia, costumbre, violencia...» (ROSENAU, 1992). «Sin que haya una negación de la razón, se introducen otros parámetros: la razón sensible. Hay espacios a los que se acude para construir el cuerpo» (MAFFESOLI, 2004). En este sentido, y al igual que hemos hablado de la existencia del individuo prometeico (propio de la época moderna), con esta tendencia que destaca Maffesoli se produce la emergencia del individuo posmoderno. Lipovetsky habla de una nueva fase en la historia del individualismo occidental (por lo que el individuo para este autor se transforma, pero no desaparece), donde el proceso de personalización conlleva aspectos eminentemente positivos como son (LIPOVETSKY, 2000: 51 y ss): «La elaboración de una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades, el sexo y la asunción de los factores humanos, en el culto a lo natural, a la cordialidad y al sentido del humor [...] Por el nuevo modo de gestionar los comportamientos, y no tanto por la tiranía de los detalles sino por el mínimo de coacciones y el máximo de elecciones privadas posibles, con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menor represión y la mayor comprensión posible». El hecho social y cultural más significativo de nuestro tiempo es la posibilidad de vivir libremente, sin represiones, en donde cada uno escoge de manera íntegra su propio modo de existencia. La cultura posmoderna es la búsqueda de la calidad de vida, la pasión por la personalidad, la sensibilidad ecologista, la moda retro, el abandono de los grandes sistemas de sentido. Las conquistas en la mejora de la calidad de vida suponen para el autor la humanización de la sociedad, la emergencia de valores hedonistas (con la consiguiente legitimación del placer), el respeto a las diferencias, el culto a la liberación personal, al relajamiento, al humor y a la sinceridad, a la expresión libre, en definitiva al mayor poder autonómico del que disfruta el individuo. Este *homo psicologicus*, que sustituye al *economicus*, pone el acento en su ser y bienestar, vive el presente y no en función del pasado o del futuro. Pero este narcisismo, este vivir para uno mismo, junto con la mayor autonomía de la que disfruta, paradójicamente según Lipovetsky, no nos lleva a un individuo egoísta, sino que provoca una trivialización en la política y una solidaridad en microgrupo de carácter asociativo. Esto es debido a que se produce una retracción de los objetivos universales (militancia política e ideológica de antaño) pero a la vez, un aumento en el deseo de encontrarse en confianza, con seres que compartan las mismas preocupaciones inmediatas y circunscritas (LIPOVETSKY, 2000: 14). El nuevo orden de sentido para Lipovetsky (2000) es la realización de uno mismo y no está tan atado a triunfar en la vida como a realizarse en la esfera íntima. Se ha pasado de un individuo limitado, a un individuo total, lo que provoca la realización del ser humano. Para Lipovetsky (2000: 5) lo que sucede en la contemporaneidad es que el individuo es él mismo «y maneja su existencia a la carta». El individualismo es el nuevo estado histórico propio de las sociedades posmodernas, y con él las personas viven con el mínimo de coacciones y el máximo de elecciones privadas posibles. El individuo no ha sido desposeído de sus creencias, no padece la carencia de sentido porque ahora su libertad le lleva a buscar su propia realización

(esto es lo que para el autor da sentido a su vida), menos atada a triunfar en la vida y más a realizarse en la esfera íntima.

Otra de las características de la posmodernidad (MAFFESOLI, 2004) es la valorización del ambiente emocional, con la proliferación de masivas reuniones festivas —grandes conciertos, medios de consumo [según RITZER (2000: 8) «escenarios que nos permiten consumir un amplio abanico de bienes y servicios»] etc.—: este supuesto se presentaría como el valor emergente contrapuesto al utilitarismo más propio de la modernidad. Por último, otra tendencia destacada de la posmodernidad, en torno a la cual se estructura la vida social sería el cambio en la temporalidad: vivir el presente, y no en función de un pasado o un futuro.

De esta manera, para Maffesoli (2004) lo que ha hecho la posmodernidad es retomar estos valores premodernos, que ahora (a diferencia que en etapas anteriores) aparecen unidos al desarrollo tecnológico.

Pero es muy complicado conceptualizar a la posmodernidad con un discurso unitario, definitorio, precisamente porque la nueva época aboga por la convivencia de múltiples racionalidades locales, por lo tanto, definir a la posmodernidad de manera cerrada sería un intento más moderno que posmoderno.

En concreto, Bell (1987: 103) argumenta mediante cuatro razonamientos la carencia de un discurso definitorio de la época contemporánea, que él denomina como moderna, a pesar de que estos supuestos estarían más claramente enmarcados en el pensamiento posmoderno. El primero de ellos es debido a las variedades de la experiencia cultural, ya que conforme evoluciona la historia y sobre todo a través de los medios que proporciona el progreso, el ser humano conoce cada vez más culturas, costumbres y tradiciones; y es precisamente a través de este conocimiento, la forma por la que toma conciencia de la complejidad de las sociedades del siglo XXI. Se produce la ruptura de las fronteras del mundo: viajamos a otros países, consumimos sus productos culturales, literatura, obras cinematográficas, sabemos de su realidad social y política...

Un segundo razonamiento, por el cual la modernidad (o posmodernidad) carece de un discurso definitorio, apunta a la falta de un centro en la cultura modernista que brinde autoridad, bien sea geográfico o espiritual. La polis griega era el único medio para conquistar lo humano; sólo a través de la ciudad el hombre podía alcanzar las virtudes, la instrucción en leyes y la educación para las grandes acciones y las bellas palabras. En el medioevo Dios era el Creador, el Todopoderoso que no tenía principio ni fin, alcanzarlo era la consumación del ser humano, la aspiración más honrosa a la que podía aspirar el hombre. Con el Renacimiento y el triunfo de la Ilustración (siglo XVIII) el individuo constituía el horizonte de la humanidad; se producía la declaración de los derechos del hombre, la razón se situaba como fuente de individualidad. Pero Bell (1987) también habla de carencia en el sentido de un centro físico o geográfico. Otrora casi todas las sociedades con una elevada cultura tenían algún centro (el ágora, la piazza, o el mercado) donde gracias a la concentración, el intercambio, la competición y la lid, los artistas se estimulaban unos a otros, creando y obteniendo del intercambio una sensación de vitalidad. Pero este centro, para el citado autor, es inexistente en la sociedad de nuestros días. Quizá la metáfora representativa de la posmodernidad es que la plaza, el ágora o el mercado ha sido sustituida por los «no lugares» (AUGÉ, 1998), es

decir, el espacio estable, fijo, e inmutable de antaño, ha sido reemplazado por otro, marcado por un carácter que pone de relieve lo transitorio, efímero y temporal de su naturaleza, esa sensación de instantaneidad y no permanencia. Para Augé los «no lugares» son zonas de anonimato, instalaciones necesarias para la circulación acelerada de personas y de bienes (vías rápidas, estaciones, aeropuertos y medios de transporte). Estos espacios son lo contrario de un domicilio, de una residencia, de un foro romano, lugares físicos en los cuales el espacio permanecía inalterable al transcurso del tiempo, situación que varía radicalmente con los «no lugares», caracterizados por la moderna compresión del espacio y del tiempo. Si en la antigua Grecia la autoridad provenía de la polis, o más tarde, en la sociedad medieval procedía de Dios (teocentrismo), en la sociedad occidental moderna uno de los pocos discursos unificadores a tener en cuenta sería el que otorga la globalización y el capitalismo. El problema de este discurso radica en lo efímero y en la vaciedad de los valores que transmite, hecho que le desacredita para otorgar una centralidad que realmente imprima la cohesión que antaño otorgaron otros principios.

Evidentemente hay autores que no comparten esta perspectiva puesto que sí encuentran realidades que cohesionan al orden social. Para Dupuy (1998) en las sociedades antiguas del sacrificio es característico la existencia de un punto fijo exógeno, es decir, la coherencia se imprime a la sociedad desde Dios, Estado, Razón, Humanidad... En la sociedades modernas de la envidia, del consumo, ese sentido es generado desde la dinámica de la sociedad (es el propio mercado el que genera su orden). En este último, la sociedad se comportaría como un auténtico ser vivo que genera sus propias defensas para subsistir.

El tercer razonamiento por el cual no hallamos un único discurso que defina al modernismo es debido a la cultura visual, tan propia de la época posmoderna, cultura visual que como veremos en el siguiente apartado, es superficial, reduccionista y estimula lo sensitivo.

El cuarto razonamiento es la quiebra en el cosmos racional, la pérdida de los principios formales del arte en el sentido de la organización racional del espacio y el tiempo. Añadimos a esto la ruptura con el principio racional que caracterizó a la época moderna. En este sentido, Ritzer (2002: 580) señala que en la posmodernidad se deja de creer en que hay una solución basada en la razón para los problemas que atañen a la humanidad. Podría decirse que en la década de 1980 la administración de Reagan y su escasa disposición a desarrollar programas masivos para abordar el problema, entre otros, de la pobreza, representó la existencia de una sociedad posmoderna y la creencia de que no hay una sola respuesta a las dificultades de nuestro mundo. En algún lugar de entre las administraciones de Kennedy, Johnson y Reagan, los Estados Unidos cambiaron de ser una sociedad moderna a una posmoderna.

### c) *Críticas a la corriente posmoderna*

Pero la corriente posmoderna ha recibido numerosas e importantes críticas, como es «la ausencia de identidad bien definida y de consistencia en el plano intelectual y moral. La incapacidad de juzgar, dada la inexistencia de criterios que se pudieran afirmar como fundados y universales. Lo posmoderno dependería

por completo de las preferencias irracionales y fluctuantes del gusto (que no se discute)» (HOTTOIS, 1999: 478).

Otros de los ataques que se han hecho a esta corriente de pensamiento han sido (HOTTOIS, 1999: 479): la ausencia de creatividad y originalidad (a propósito del estetismo y el hedonismo); el abandono de toda dinámica de universalización y unificación con preocupación por el conjunto de la humanidad, «lo que sería en última instancia catastrófico» (HOTTOIS, 1999: 479); el irrealismo, en el sentido del artificio que domina en el plano intelectual, moral y político y el norteamericanismo, dado que el posmodernismo tendría por modelo la sociedad norteamericana.

Ritzer (2002: 596) también recoge algunas de estas críticas y las resume señalando la aparición de una teoría social posmoderna, uno de cuyos autores es Calhoun (1993). En ella se reprocha a la teoría posmoderna que no cumpla con los requisitos científicos modernos y por tanto sus aportaciones no pueden refutarse porque no son falsables. Esto conlleva que al no ser un conjunto de ideas científicas, la posmodernidad es más bien considerada como una ideología, que ofrece grandes generalizaciones sin mayores especificaciones, con unas ideas vagas y abstractas. Además, continúa Ritzer (2002: 597) en su exposición de la posposmodernidad alegando que: aunque los posmodernos desechan las grandes narrativas, no hacen sino ofrecer las suyas propias; las críticas a la sociedad moderna carecen de base normativa; la posmodernidad crítica a la sociedad pero no ofrece una visión de cómo debería ser esa sociedad o que los posmodernos son pesimistas y abandonan los grandes problemas de nuestro tiempo. Con respecto a esta última crítica, como ya se ha señalado, muchos de los autores posmodernos no pueden ser englobados bajo el mismo signo, pues carecen de criterios unificadores, por lo que resulta arriesgado argumentar que la posmodernidad critique por defecto a la sociedad.

Por ello, frente a los autores que defienden la existencia de una época posmoderna, se sitúan otros que en absoluto comparten estos supuestos, como es el caso del alemán Jürgen Habermas<sup>7</sup>, quien: «Es el mayor defensor de la modernidad y la racionalidad ante el asalto de las ideas de los posmodernistas [...]; no sólo defiende la modernidad, sino que también ataca a los posmodernistas [...] y no está a favor de abandonar el proyecto de la Ilustración o, en otras palabras, de la modernidad. Antes bien, prefiere analizar los errores de los que rechazan la modernidad» (RITZER, 2002: 547 y 551). Por tanto, el pensador de la Escuela de Frankfurt se muestra en contra del abandono de la corriente moderna. Por esto Habermas efectúa varias críticas a Jameson, Lyotard o Baudrillard entre las que destaca el cuestionamiento de si lo que realizan estos pensadores es teoría seria o literatura. Además les acusa de posicionarse en una perspectiva totalizadora que no diferencia los fenómenos y las prácticas que ocurren en la sociedad moderna (HOLUB, 1991). Habermas añade que la idea de que el mundo está dominado por el poder y el control no está lo suficientemente elaborada para permitir un análisis significativo de las fuentes reales de opresión del mundo moderno.

<sup>7</sup> También Anthony Giddens cree que seguimos viviendo en una sociedad que se puede seguir definiendo como moderna y sobre la que podemos hacer teoría del mismo modo que llevan haciendo mucho tiempo otros pensadores (RITZER, 2002: 102). El autor alude a una modernidad tardía, radical o alta (GIDDENS, 1998 y 1999).

Una de sus principales aportaciones es sobre el uso público de la razón, propuesta que pretende mantener pacíficamente la estabilidad política en la convivencia social (HABERMAS, 1998: 67). Presenta una especial inquietud por cómo la sociedad moderna distorsiona la comunicación, por ello propone una serie de valores para que el procedimiento discursivo sea válido. Habermas apunta a que en democracia se puede garantizar que el proceso de discusión pública tenga resultados razonables, siempre y cuando cumpla las condiciones del discurso ideal. La discusión pública será más igual, abierta e imparcial conforme menos participantes resulten coercionados. Si la libertad e igualdad son las bases del discurso, sus integrantes estarán más dispuestos a ser guiados por la fuerza del mejor argumento y con mayor probabilidad los verdaderos intereses generalizables serán aceptados por todas las personas afectadas de modo relevante. Las condiciones del discurso ideal habermasiano, con las que conquistar una comunicación abierta, son: imparcialidad e igualdad, carácter abierto (no se excluye ninguna información relevante, ninguna información en general), la ausencia de coerción y la unanimidad. Valores que combinados guían la discusión sobre los intereses generalizables hacia el acuerdo de todos los participantes. La discusión pública tendrá resultados razonables y legítimos si cumple estas condiciones (HABERMAS, 1998: 133).

Para Habermas, si se cumplen estos preceptos es posible alcanzar un discurso a nivel público que sea óptimo. En definitiva, el autor alemán está de acuerdo con la idea de que la racionalidad burocrática del sistema capitalista tiene un poder cada vez mayor sobre las vidas individuales (LECHTE, 2000: 238), por ello la emancipación pasa por la recuperación del proyecto de la Ilustración y de la razón, y con ella rigurosos análisis críticos del contexto social.

Por tanto, es previsible que el debate abierto en torno a la modernidad y posmodernidad (a pesar de que no se trata en absoluto de una discusión excesivamente novedosa) marque la investigación en comunicación en los años venideros. «En Estados Unidos la teoría social posmoderna no sólo está viva y disfruta de buena salud, sino que su influencia está aumentando. Sin embargo, es necesario mirar más allá de la moda intelectual de Estados Unidos o Francia y percatarse de que estén o no de moda las ideas posmodernas en cualquier sitio y momento, seguirán siendo importantes y significativas para la teoría social en general durante algún tiempo. Al final nos moveremos más allá de la teoría posmoderna, pero la teoría social nunca volverá a ser la misma» (RITZER, 2002: 600).

Así, en el ámbito específico de las Ciencias de la Comunicación, como señala Igartua y Humanes (2004: 172), «se trata de saber a partir de ahora, qué teorías de la comunicación se desarrollarán a partir del pensamiento posmoderno».

#### 3.4. LA ESPECTACULARIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS MEDIÁTICOS: EL AUGE DE LO VISUAL

Es posible que una de las líneas de investigación que ha suscitado el pensamiento posmoderno haya sido el estudio del espectáculo en el entorno mediático.

A grandes rasgos podríamos definir la espectacularización de los contenidos mediáticos como el predominio en los mismos de los componentes emotivos

frente a los cognitivos (GONZÁLEZ REQUENA, 1995). Para priorizar el sentimiento frente a la razón, los *media* utilizan diversos recursos, pero quizá sea uno de los más determinantes de todos el uso de la imagen. En la contemporaneidad parece producirse el auge de lo visual, lo que provoca que los conocimientos se estén distribuyendo de una forma muy diferente a como lo hace la tradicional cultura del libro, esto es de manera secuencial, lógica y linealmente progresiva (MARTÍN BARBERO y REY, 1999: 42). Así, ésta, obligada, coexiste con la de la pantalla, voluntaria (PENAMARÍN, 1999); resulta evidente la mayor adhesión que provocan los contenidos de tipo audiovisual frente a los contenidos presentados de forma escrita, circunstancia claramente reflejada en la preeminencia que despierta la televisión o el cine (contenido audiovisual), frente al libro (texto escrito). La extensión de los medios audiovisuales ha traído consigo el paso de una economía del saber a una economía del ver que consagra la primacía de lo visual; lo visual entendido como lo opuesto a lo intelectual, a lo reflexivo (IMBERT, 1999).

De esta manera, la época actual se caracteriza por el predominio casi absoluto de los medios terciarios. Éstos son: «Aquellos que requieren aparatos técnicos tanto para la emisión como para la distribución y recepción de comunicación» (ROMANO, 1993: 7). Un predominio de este tipo de medios que está provocando, según Romano, «la simplificación y estereotipación, a un nivel que exige poca inteligencia, pero que apela a los instintos más primitivos [...] Esta situación retrotrae a un mundo preintelectual y utiliza símbolos muy primitivos porque la técnica de producción va dirigida a tantos que no puede diferenciar» (ROMANO, 1993: 7).

En este contexto se produce un auge de las imágenes espectaculares, que principalmente lo que hacen es apelar a las emociones del público: «En la oralidad es el mundo el que se hace espectáculo, maravilla de la manifestación y la representación. En nuestro tiempo, en cambio, es el espectáculo el que se hace mundo» (SINI en SÁNCHEZ NORIEGA, 1999). Por ello los valores éticos y cívicos han sido puestos entre paréntesis en la sociedad posmoderna (SÁNCHEZ NORIEGA, 1999), pues la realidad mediática (sustituta de la real) tiene una marcada tendencia hacia lo espectacular (IMBERT, 2003).

La consecuencia directa del auge de esta cultura visual es que a través de la imagen resulta más complejo desentrañar las tramas complejas<sup>8</sup> que inundan la actualidad mediática. Esto es debido a la base perceptiva de la imagen, que remite al contexto emocional de un acontecimiento, desconociéndose muchos otros aspectos (como el porqué, el cómo o el cuándo). En cambio, las palabras son

<sup>8</sup> Por ejemplo, Innearity (2003: 307) habla de la invisibilidad del poder, es decir, con frecuencia asistimos a complicadas redes de poder de nivel local, nacional y sobre todo global. Las tramas que marcan a estos últimos fenómenos, a menudo, son objeto de numerosas hipótesis y sospechas; apariencias y supuestos que no hacen sino confundir aún más a unos ciudadanos que terminan sin saber qué actores se encuentran tras los escándalos y conflictos que son difundidos por los *media*. A esta circunstancia hemos de añadir que la distribución del poder es más volátil, la determinación de las causas y las responsabilidades más compleja, los interlocutores son inestables, las presencias virtuales y los enemigos difusos (INNENARITY, 2003: 316). Todo contribuye a que vivamos en un mundo enigmático, donde las tramas de actualidad que inundan los medios de comunicación se extienden a lo largo del tiempo, para caer finalmente en problemas irresolubles.

más racionales, relativas a las ideas y concretas. En un modelo comunicativo, en el que «importa más la forma (el modo de comunicar) que el fondo (la transmisión de contenidos)» (IMBERT, 2003: 39) parece complicado entender una actualidad informativa global y compleja.

Innearity (2003) apunta a la rendición de los individuos ante lo visible y las imágenes, tanto de las fascinantes como de las terribles: la visibilidad ocupa un valor central al que se asocian la sinceridad, la autenticidad, la inmediatez y la apariencia. Ver es sinónimo de saber y conocer, no tanto de creer. El autor de *La sociedad invisible* argumenta un caso concreto para ilustrar este supuesto: se trata del atentado contra las Torres Gemelas en Nueva York, donde los ejecutores inmediatos resultaron muertos y donde, además, la visión una y mil veces de las imágenes no ilustraba en absoluto nada acerca de los autores, las tramas y las causas (INNENARITY, 2003: 317). Si bien en un primer momento la desorientación con respecto al porqué de semejante acontecimiento fue total, es cierto que pronto los medios apuntaron hacia el posible instigador de los hechos (Osama Bin Laden); pero todo fueron suposiciones y conjeturas pues eran inexistentes las pruebas claras y evidentes que delataran al supuesto cabeza del atentado o la llamada que desvelase el autor de la barbarie.

Esta tendencia hacia el espectáculo y lo visual está provocando una hibridación de géneros (IMBERT, 1999) en donde las fronteras entre la información, opinión y entretenimiento cada vez se encuentran más desdibujadas. De hecho, este mismo autor señala la emergencia de un nuevo género, el *infoshow*, que no es otra cosa que la fusión entre la información y el espectáculo: «La televisión no se mueve únicamente en lo imaginario: mezcla/alterna/confunde a veces lo referencial con lo ficticio [...]. El medio se transforma en una enorme máquina de entretener, en el doble sentido de la palabra: ocupar y divertir» (IMBERT, 2003: 31 y 44).

Para Aguado (2004 b), la fusión entre realidad ficción en los medios de comunicación y en definitiva en la cultura de masas, tiene una dinámica inicial de exportación/importación de códigos expresivos: desde los años 50 y de forma creciente se experimenta con géneros realistas que incorporan códigos expresivos ficcionales y a la inversa, géneros ficcionales que incorporan géneros expresivos realistas. Creciente hibridación de géneros y códigos expresivos que conduce a una homogeneización del imaginario sociocultural: los signos y códigos (imágenes, montaje, etc.) que se utilizan en la presentación de la realidad, cada vez se parecen más a los que se utilizan en la representación de la ficción.

De hecho, señala Innearity (2003: 307 y ss) que el atentado padecido en Nueva York en 2001, puso de manifiesto el carácter cinematográfico que la realidad mediática proyecta sobre nuestras vidas. Para este autor, las dantescas imágenes presentaban una elevada similitud con obras de ciencia ficción (como *Armageddon* e *Independence Day*) y por tanto el espectáculo «nos era cercano». «Eran imágenes siniestras pero, al mismo tiempo familiares, por lo que podían resultar perfectamente soportables e incluso entretenidas, si se olvidaba que no eran ficticias, como hacemos habitualmente cuando el arte nos presenta de forma admirable realidades que en sí mismas son algo terrible. [...] En cierta medida nuestro mundo, nuestro lenguaje y nuestra imaginación, nuestros sentimientos y nuestra memoria, tienen un carácter cinematográfico. Se teme y se

espera, se ama y se mata como en el cine, se habla continuamente de escenarios como si la vida fuera una sucesión de decorados, tuviera un guionista por autor o dispusiéramos de dobles para las escenas peligrosas [...]. Este atentado demostró que la televisión ha fracasado a la hora de explicar la noticia [...]. Éste es otro de los tópicos heridos en esta batalla, el de que una imagen vale más que mil palabras, porque las imágenes no explican nada cuando lo que se necesita es una interpretación profunda que desentrañe las tramas complejas» (INNENARITY, 2003: 309 y 317).

En este sentido y desde una perspectiva crítica, apunta Debord (1999: 22) que una sociedad modernizada, en la que el status mediático es más importante que el real, se caracteriza por la fusión de la economía y el Estado, el secreto generalizado, la falsedad sin respuestas y un presente perpetuo. Para Debord (1999: 67), la sociedad está fundada sobre el secreto (un secreto que domina al mundo): bajo el espectáculo se vive y se muere con un elevado número de misterios, frente a los cuales el espectador queda resignado.

Así, el espectáculo ha invadido todas y cada una de las esferas de la vida (DEBORD, 1999), se ha entremezclado con la realidad, por lo que vivimos en una sociedad en la que el dominio autocrático de la economía mercantil ha alcanzado un status de soberanía irresponsable; esto junto con el conjunto de las nuevas técnicas de gobierno, son los elementos que conforman la sociedad. De este entorno surgen las consecuencias prácticas, una de las cuales son los medios del espectáculo, cuya función primordial consiste en transmitir órdenes, en una comunicación que para Debord es unilateral, con unas pautas transmitidas por las mismas personas que más tarde emitirán también su opinión. Lo espectacular se ha impuesto y se ha terminado mezclando con la realidad, no hay nada que no haya sido contaminado ni en la cultura ni en la naturaleza por los intereses de la industria moderna (DEBORD, 1999: 22). Además, lo verdadero ha dejado de existir, el espectáculo no deja sitio para establecer un debate sobre las verdades; sumisión por parte del individuo a la imagen que no deja opción para la reflexión y por tanto crea la incapacidad para discernir lo que es importante de lo que no.

Al igual que señala Baudrillard (2002), Debord (1999) apunta que la desinformación (que siempre contiene algo de verdad) copa el mundo espectacular y en él lo ficticio tiende a reemplazar a lo verdadero.

En esta misma línea y continuando con la teorización sobre algunos supuestos relacionados con el atentado del 11-S, Innenarity (2003: 318) indica que «no sólo son invisibles los culpables, sino también sus objetivos, muchas veces indeterminados y por eso mismo innegociables. Tenemos delante un nuevo fenómeno que no es revolución ni guerra fría y que se comprende mejor con las categorías de la conspiración. La figura del delincuente o criminal es obsoleta y su lugar lo ocupa ahora el conspirador, el que confunde mediante signos que no significan lo que deberían. Las causas que aduce (religión, conflicto palestino, globalización y pobreza) no deben ser tomadas en serio. Para este tipo de asuntos vale la recomendación de Graham Greene de no tomarse demasiado en serio ningún juego, porque entonces se pierde [...]. Asistiremos a unos conflictos sin uniformes, con explosiones dispersas, métodos de destrucción siniestros como las armas biológicas o químicas, sin signos en los mapas como señalizados por los

frentes, con estrategias diseñadas más para producir miedo que bajas... La oposición entre el poder explícito y el criminal ha sido sustituida por la sospecha, la intriga y la conspiración. Tras la superficie de los signos existe una fuerza determinante que sólo cabe intuir».

Paralelamente a este rasgo de algunas tramas mediáticas que tienen una dimensión global, se produce una crisis en la representación (deslegitimación, ambigüedad, inabarcabilidad...) dado que «tras el signo, deteriorada su relación con la realidad, existe una fuerza que sólo cabe intuir; de nada sirve la inmediatez y las imágenes espectaculares, si la retransmisión de las noticias en tiempo real resulta engañosa e incomprensible. De esta manera la mirada debe huir de la ingenuidad de la apariencia visual. Emisor y receptor deben someter a interpretaciones reflexivas las noticias de la actualidad real y mediática» (INNENARITY, 2003: 319). Porque en plena cultura de la imagen, ésta cobra valor por sí misma; separados ya los componentes del signo lingüístico, el significado no necesita del significante.

La televisión puede reflejar este status de cuasi-independencia que adquieren algunos contenidos mediáticos en relación al mundo real. De esta manera, la televisión emite creaciones que nacen, se desarrollan y mueren en el ámbito mediático: los platos de los telediarios se decoran con monitores que exhiben emisiones de otras cadenas, la autopromoción por la que los espectadores son citados para ver otras emisiones ocupan un lugar destacado en las interrupciones publicitarias, los personajes adquieren poder mediático con sus apariciones en pantalla... diríase que logra su propia identidad y legitimación en la medida en la que se exhibe a sí misma. El mundo mediático termina fascinando más que el real, porque entre otras razones se comprende mejor el primero que el segundo (SÁNCHEZ NORIEGA, 1999) ya que aboga por la emotividad en detrimento de la racionalidad.

Con una perspectiva ciertamente pesimista, Cebrián (1998: 84) realiza una analogía entre los prisioneros que se encontraban retenidos en la caverna platónica y los telespectadores, que al igual que aquéllos, contemplan la televisión como esa caja que proyecta una figuración de la auténtica existencia. Los prisioneros creían que la realidad eran las sombras que veían proyectadas sobre la pared al igual que los televidentes lo creen de las proyecciones televisadas; la conclusión es que «nos movemos en un mundo de opiniones y apariencias y estamos lejos del conocimiento verdadero» (CEBRIÁN, 1998: 84).

La consecuencia última, el resultado final de los rasgos que hemos descrito en este apartado es que lo real queda subordinado y se disuelve finalmente (RITZER, 2002: 590), tal y como ya se ha expuesto anteriormente con las teorizaciones del simulacro que hace Baudrillard. Resulta imposible distinguir entre lo real y el espectáculo, puesto que en la posmodernidad, la realidad es espectáculo.