

CAPÍTULO 3

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LA PRODUCCIÓN DE CAPITAL SOCIAL: HACIA UNA REDEFINICIÓN DE LA DISTINCIÓN EN LA CULTURA OSTENSIBLE

Fernando R. Contreras

*"No solo es importante lo que sabes, si no a quien conoces"
(what you know, who you know).*

1. Introducción: Capitalismo social, proceso de diferenciación y concepto de asimetrización.

Llama rápidamente la atención la poca profundidad con la que Luhmann atraviesa la noción de capital. No obstante, hemos encontrado el término Capital vinculado a Estado y Formación. Dice literalmente:

"En la actualidad, la triada Capital, Estado y Formación va en aumento y su acumulación puede provocar graves problemas en el sistema social y en su entorno. Ya no es posible descalificar este discurso como ideas burguesas, con la esperanza de solucionarlo mediante la expropiación" (Luhmann, 1984:413).

Para Luhmann, el capitalismo se ha introducido en un sistema de contradicciones, cuya salida puede hallarse en el relativismo imperante. Mediante la observación de las contingencias y la relación entre el proceso de diferenciación de un sistema funcional y el acoplamiento de las autorreferencias y las referencias externas operativas, afirma, no alcanzaremos una lógica sistémica. El proceso de diferenciación funcional se impuso con el Estado moderno y ha sido imposible abarcarla desde ideologías totalitarias. Para Luhmann sólo las fórmulas que se refieren a concretas funciones pueden servir para realmente autodescribir y ser integradas al sistema y a su continua comunicación. El Estado moderno pretende integrar desde una fórmula de totalidad, el Estado cultural, el Estado político y el Estado económico. Lo que observa sobre ello Luhmann, es que la transcendencia política y económica externa entra en conflicto con la articulación interna. Así la Revolución Francesa y su Estado cultural entra en lucha con la abstracción ideológica y el terror político. O el Estado económico rechaza el liberalismo inglés que pretendía desde la perspectiva de la microeconomía cubrir las necesidades individuales.

Según estas líneas centrales, el capital social es un procesamiento simultáneo de autorreferencia y referencia externa. En este sentido, el funcionamiento consiste en la reducción de información que integra al sistema en sus estados cerrado o abierto. De modo que a la referencia del sí mismo a sí mismo se enriquece con un significado adicional, que es recolectado del entorno que se significa sólo a sí mismo. Por ello, el capital social suele considerarse como la valoración de las relaciones sociales entre las personas y hemos relacionado este concepto con el capital simbólico que procede del honor y el prestigio de las personas. Aquí actúan sistemas autorreferenciales que se ven obligados a reducir

la necesidad interna de información, limitando la indiferencia con el entorno y concretando a qué aspectos deben reaccionar con sensibilidad.

Para Luhmann, el concepto de asimetrización introduce otras cualidades importantes: exterminación, finalización, ideologización, jerarquización y puntualización. La asimetrización introduce la necesidad de un sistema de la selección de referencias, de modo que las operaciones de diferenciación dejan de ser cuestionadas y se aceptan como preestablecidos. En el proceso interno del sistema, las industrias culturales o mediáticas actualizan el concepto de cultura ostensible. A través de un reforzamiento del consumo de símbolos que implican las variaciones del gusto (cine, televisión, prensa, música, etc.), el capital social aumenta y busca también nuevas direcciones más sutiles hacia la consolidación de redes sociales. La estructura social es dividida por el propio discurso educativo e ideológico que convencionalmente combate estas distinciones. De este modo, el observador social puede ordenar sus ideas, y se acomodan las relaciones de interdependencias, se pueden establecer otros enlaces, y como efecto final, el sistema excluye la posibilidad de búsqueda de otras alternativas mediante esta función. Luhmann dice (1984:414):

"Hay muchas posibilidades de asimetrización y, por lo tanto, muchos tipos de semántica que le otorgan cobertura y capacidad de enlace. La selección de las formas asimétricas y de su semántica varía de acuerdo con la evolución social, y lo mismo vale para la pregunta acerca de hasta dónde las ideas correspondientes soportan la comunicación paralela de su función, o si la corroen".

Los medios de comunicación son importantes agentes de intercambio en la revalorización del capital social. Las nuevas infraestructuras en tecnología de la información han transformado la definición de medios masivos por medios en red. Mientras que los medios masivos son responsables de una producción masiva de mensajes o bienes culturales, los medios en red *contactan masivamente* a los individuos. Luhmann no ha conocido lo suficientemente bien esta sociedad tan relacionada. Pese a ello, su teoría tiene validez externa, y puede extrapolarse a la comprensión de la individualización de los contactos, a la multiplicación de la presencia del individuo social.

Si hablamos de algunas cualidades del sistema social como es la finalización, toda sociedad, por su naturaleza sistémica, puede ser actualizable. La finalización o la incertidumbre sobre el futuro del sistema social se traducen igualmente en la búsqueda de la seguridad de tener que hacer algo en el presente. La multiplicidad de identidades individuales producida por una proliferación tecnológica de redes virtuales no es contraria a la idea de asimetría y a la necesidad de excluir la posibilidad de establecer objetivos distintos.

No obstante, existen asimetrías que privilegian otras relaciones contrarias: "Pero sobre todo en épocas recientes se ha desarrollado un tipo totalmente nuevo de asimetrización, aquel que reconoce al individuo como la última instancia de decisión respecto de todo lo que se refiere a su esfera privada: su opinión, su interés, su derecho, su placer son, en muchos casos, la última palabra de la cual ha de partir todo comportamiento posterior" (Luhmann, 1984:415). La asimetría asumiría el capital social desde dos perspectivas propias de sociedades con grado de complejidad distinta. Una sociedad sencilla asume el orden de las cosas con puntos de referencia concretos. Una sociedad compleja contempla las contingencias o las formas que pueden evolucionar a otras. El simple hecho del paso de una sociedad tradicional a una sociedad moderna ha cambiado el

capitalismo social. Las asimetrías funcionan desde las evidencias aceptadas de modo tácito. A parte, el proceso de ideologización de las asimetrías justifica la función de recombinar, de disolver certezas y elementos desde la ciencia y la economía.

Los intercambios de bienes culturales confirman que la comunicación asimetriza como acción. En primer lugar, los sistemas sociales son sistemas de comunicación. Estos sistemas de comunicación son sistemas autodescriptivos, porque implican una descripción de sí mismos como sistemas de acción. En segundo lugar, dentro del sistema de comunicación circulan los bienes culturales que dimensionan la comunicación espacial/temporal y objetivamente desde la asimetrización. No obstante, tenemos que demostrar en esta tesis que la cultura corresponde al sistema social y no al sistema de interacciones. En éste, como afirma Luhmann, las perturbaciones sólo provienen de la influencia sobre la disposición psíquica más que aquello que provenga del entorno natural del participante. La aproximación comunicacional supone la exclusión consciente de las cuestiones psíquicas y de la racionalidad, entendida aquí, como estructuras sociales que focalizan la disposición de un sistema social.

2. Bienes culturales, capitalización social y medios.

La cultura es un sistema funcional que sobrecarga el entorno, es decir, a otros sistemas sociales. Podría interpretarse como un subsistema social que permite la observación de otros sistemas. Y también desde la racionalidad social mira a la cultura y su producción como problemas del entorno que si repercuten en el sistema social, deben integrarse en el proceso de comunicación social. Así que la producción de bienes culturales puede asumirse como un sistema de diferenciación funcional del sistema social que cuenta con medios como la verdad objetiva o el dinero. La producción cultural es un sector de producción y organización de artefactos materiales y humanos que aspira a múltiples recombinaciones. A partir de ello, el sistema social genera una serie de interdependencias que son disueltas mediante las recombinaciones parciales. De este modo, no repercute sobre la sociedad. La desorganización de la producción de bienes culturales no plantea un problema de la organización de la sociedad.

La desorganización de la producción cultural y el proceso de recombinación se reflejan en las alteraciones de las tendencias del gusto. Por ello, los cambios de las preferencias de gusto han implicado alteraciones en la producción de las industrias culturales. En ello, como afirma Bourdieu, la lucha de clase supone un factor importante para que intelectuales, políticos y el poder en todas sus manifestaciones, modifiquen las nuevas prácticas estéticas. Es imposible una sociedad no estratificada bajo estas condiciones contingentes, y como mostraremos más adelante, de este modo entra en el sistema social bajo la forma de comunicación la transformación (o recombinación) de símbolos en capital (permitiendo una forma de diferenciación orientada funcionalmente).

Para ello, resulta útil considerar un estudio reducido en el que Luhmann (AAVV, 1996:155-197) recoge las direcciones de la investigación para la diferenciación de varios sistemas en el orden social desde el siglo XVIII: científico, arte, lingüístico, economía, jurídico, familia moderna y la educación.

Sobre el arte dice Luhmann (1996:192):

“La autonomía del arte consiste en que ella se limita a sí misma. El último criterio dice: el observar induce a observar. El sistema emplea en la poesía palabras, en el arte plástico materiales, en la danza el cuerpo y

también encuentran e incorporan referencias externas, en cualquier caso, el sistema del arte se disciplina mediante el uso interno, que se efectúa en la posibilitación de observación de formas, es decir, que está al servicio de la observación de segundo orden”.

También apunta en una nota a pie de página:

“Es digno destacar que la música es una excepción. Ella emplea tonos que sólo existen en la música y en ningún otro lugar. Esto parece servir a la referencia exterior dada en la vivencia del tiempo”.

Para Luhmann, la cultura es un sistema que se adapta como el sistema del arte a la observación de segundo orden (1996:192):

“La idea de reproducción (imatatio) de algo, lo que se encuentra fuera del sistema del arte, se abandona y se sustituye por la acentuación de formas (diferencias) realizadas en la misma obra de arte, formas que coordinan la observación productora, es decir, estimativa”.

De este modo, Luhmann afirma el paso de un sistema que no observa el exterior y que pretende el conocimiento desde la comprensión de diferencias internas (oposiciones, contrastes, etc.). La producción de bienes culturales se orienta bajo la observación de un sistema de segundo orden, pues mientras se constatan las tendencias o estilos e incluso su valoración económica en el mercado (o dentro del mercado), excluimos la formación de una cultura, ya que toda medida externa contrarrestaría la observación del observar o la desviaría hacia rodeos efectivos. La cultura como observación de segundo orden es reconocible desde su contingencia, la clausura del sistema frente al entorno y su autonomía en el sentido de autolimitación.

De ello, valoramos que los medios son observadores entre las distintas formas de diferenciación que acepta el sistema cultural. Nosotros pensamos que es precisamente la posibilidad del sistema de generar diferencias (culturas o sencillamente, la multiplicidad de formas culturales) lo que a su vez produce el capital social en un sistema social.

Una sociedad moderna ofrece capital social a partir de la autonomía de sistemas funcionales que pueden producir la diferencialidad. Las redes mediáticas (o informacionales) son relaciones (redes) sociales cuyo factor vinculante es la necesidad de compartir una determinada información o bienes culturales. Desde la observación de segundo orden, sería una inclusión a partir de eliminar la exclusión. Los individuos se asocian bajo la selección entre diferentes experiencias de contingencia.

Así se logra que los individuos se incorporen a una sociedad que le ofrece validez a su vida. Las semánticas de la contingencia de los sistemas funcionales ofrecen, en este sentido, un futuro abierto siempre a nuevas expectativas. Mediante la comunicación, y la acción de los medios, se garantiza una continua renovación de todo lo que en un momento específico es aceptado. De modo que podemos considerar el proceso de capitalización social a la facultad del sistema social de garantizar en su autopoiesis un número de operaciones que ofrezcan una incertidumbre final. Asimismo, puede variar lo obvio y los sistemas funcionales crean continuas discontinuidades que tienen lugar o que se requieren.

3. Capital social, potencial humano y cohesión desde los medios.

Los medios (redes informacionales) mueven entre sus nodos símbolos e información codificada en una sociedad de cultura ostensible (o sea de culto a los símbolos elitistas) y de contactos múltiples entre sus individuos. Por un lado, la

propiedad, es decir, la posesión o el consumo de estos bienes simbólicos, pero por otro lado, el poder de la influencia basado en la autoridad, el liderazgo o la reputación, ya analizado por Luhmann, revisitan la noción de capital social.

La contingencia de este consumo cultural es una cuestión tocante al orden social. La búsqueda de contingencias es la búsqueda de necesidades, de la validez de lo a priori y de los valores inviolables. La contingencia ofrece a la cultura la cualidad de todo lo que no es necesario ni es imposible. Según Luhmann, el concepto se alcanza a través de la negación de la necesidad y de la imposibilidad.

El capital social, en término de las contingencias, de diferentes posibilidades de elección dentro de una orientación significativa compartida. Es decir, de una economía que produce y consume bienes culturales dentro de un sistema social cuyo sentido se construye en términos de tiempo y de circunstancias concretas reales y sociales. Para Luhmann, el sentido se generaliza cuando en cierta medida es independiente de cuando algo se experimenta, de lo que se experimenta y de quien sufre la experiencia. También, a nuestro juicio, la generalización otorga sentido al capital social, ya que como plantea Luhmann, el instrumento de la generalización es el lenguaje.

En la comunicación cotidiana, en gran medida, las generalizaciones pueden desaparecer del campo de la tensión consciente. Las palabras significan algo independiente de quién las usa y de cuándo se usan pero contra esto, no son independientes en el mismo grado de lo que significan sus contenidos. A su vez, el lenguaje hace posible una disociación completa del hablante y del momento en que habla, de los contenidos sociales y temporales sobre los cuales está hablando; pero, por otro lado, no es posible disociar completamente la opinión y el significado sin que el sistema de interacción utilizado por el lenguaje caiga en la confusión.

Esta multiplicación de experiencias tiene también que ver con una sociedad de la abundancia donde el monocromatismo y el autoritarismo de la modernidad, cede en la posmodernidad a la multiplicación de infinitas posibilidades que ejercen la voluntad descentralizada, autónoma de discursos homogéneos del pasado. El fin de la cultura de masas supone la desmaterialización de los bienes materiales y el nuevo capitalismo social implica una revalorización simbólica de esos bienes intangibles socioculturales. En palabras de Rifkin o Toffler, los pasos de red-información-bienes inmateriales hablan de una formalización de estas experiencias en una *network society*, de la que también surge una movilidad de bienes por sus conexiones que multiplican las contingencias.

No ha sido hasta el auge de una sociedad mediática cuando hemos manifestado un interés abierto por el capital social. A nuestro juicio, esto es debido sencillamente a la imposibilidad del observador de observar las partes distintas del mismo sistema social. Ha sido la acción de un sujeto que podía situarse en el exterior o adoptar virtualmente distintas posiciones. Digamos que frente a la imposibilidad del observador de utilizar la diferenciación para indicar una u otra parte, los medios han estado capacitados para una visión simultánea de ambas partes. No obstante, hemos de reconocer que Luhmann no es muy claro sobre esto. Cuando explica el funcionamiento de los medios, sitúa a las referencias del sistema social en una observación de primer orden (el político) y distingue de lo que llama redes de recursividad (la noticia del político) en la observación de segundo orden. Con este planteamiento define seguidamente lo que llama acoplamiento de estructuras como la relación entre los medios y otros

sistemas (deportes, arte, ciencia, derecho). Así que recurrimos a una cita para demostrar que entiende el funcionamiento de los medios como un sistema de diferenciación a partir de la exclusión de una realidad única y consensuada. Con ello, podemos deducir que Luhmann piensa que los medios tienen la capacidad de ubicarse en distintas referencias espacial/temporal/y objetivas: "Los medios de comunicación en todos sus campos programáticos no se dirigen a la construcción de una realidad consensuada (cada vez que lo pretenden, resulta sin éxito). Lo que su mundo contiene (y produce) es la diversidad de opiniones a lo largo y a lo ancho" (Luhmann, 1996:101). Esta diversidad de opiniones, en principio, implica una diversidad de referencias y contingencias⁹⁷.

Los medios de comunicación logran aquello donde no llegan otros sistemas de referencias. Precisamente, es mediante estos acoplamientos estructurales como alcanza a triunfar en la reactivación del potencial humano, del aumento de capital social y de la cohesión del sistema social en su sobrevivencia y preservación.

¿Cómo lo logra? Continuando con la teoría sistémica de Luhmann, alcanza a sostener abiertamente la labor de los medios en su progresiva nivelación de las distintas clases sociales en las que puede estratificarse una comunidad. Para Luhmann, los medios de masas se corresponden al sistema del Derecho o al sistema del Arte. Los medios de masas son un sistema que utiliza sus propios campos programáticos para diversificar su relación con respecto a otros sistemas de funciones. Por ejemplo, el arte conoce numerosos tipos de arte: poesía, pintura, escultura, música, etc. La diferenciación se realiza a través del sistema de percepción. De ahí, proviene también la dificultad para integrarlo todo en un único sistema unitario: Unir desde la diferenciación.

Curiosamente para Luhmann, los medios de masas en su campo programático no se diferencian por el sistema de percepción. Si lo pensamos este criterio técnico, también podría servir como diferenciación (*prensa / visual; radio / sonoro; televisión / sonoro-visual; internet / visual / sonoro / interactivo*). E incluso la potencialidad artística de los medios de masas: (el cine, la discografía, la moda, la narración televisiva, la radionovela, el documental, etc.). Sin embargo, Luhmann prefiere implicar otro criterio más próximo a las ideas de la Escuela de Francfort, considerando a los medios de masas como industrias culturales que producen bienes cuya propiedad permite la estratificación social. Dice Luhmann (1996:102):

"La división de los medios de masas en campos programáticos (como también la división al interior de estos campos), hace visible el derrumbamiento del orden que antes se designaba como sociedad de clases. Incluso esta división soporta sobre sus espaldas la disolución de la estructura clasista. Esto no quiere decir que ya no se transmita ninguna diferencia con respecto a las prominencias sociales, ni que todo lleve a un proceso de nivelación."

Luhmann habla de "la parte sugestiva" de los significados que crea la ilusión de superioridad (o inferioridad) de una parte de la población. Si interpretamos como capital social, precisamente la eliminación del sistema de la diferenciación mediante estos significados y su "parte sugestiva", es decir, a la función de los medios de eliminar la distancia entre los estratos sociales,

⁹⁷ Debe señalarse que su concepción de contingencia es la que entiende de las explicaciones de Parsons. Para ver esto, es muy recomendable la misma lectura que nos aconseja el propio Luhmann: James Olds, *The Growth and Structure of Motives: Psychological Studies in the Theory of Action*, Glencoe III, 1956.

tendremos un instrumento de riqueza social. Luhmann está seguro de esta función de los medios (1996:103): "La producción de los medios de masas no se sostiene sobre una estructura feudal de clases, sino en la complementariedad de roles, de arreglos, de intereses sectoriales del público".

Pese a ello, todavía los medios sacian la diferenciación de clases mediante su discurso espectacular. La riqueza surge en imágenes (casas, mobiliarios) que muestran una posesión por el dinero, más que por la influencia o el origen exquisito. Así que Luhmann sostiene que los estratos tienen ahora un origen en una prominencia fraccionada. También reconoce el error mítico de la posmodernidad, de que "detrás de todo eso" está un poder invisible que explica al espectador porque él mismo no puede destacar. El problema de explicar la construcción de la realidad bajo estos términos, es que nadie tiene poder para enfrentar ese poder. Finalmente, la realidad se puede simplificar sencillamente a un esquema reductor de poder y víctima.

Luhmann recoge respecto a esta estratificación las lecciones aprendidas de Parsons. Toda sociedad requiere de un sistema de estratificación. El sistema de estratificación es una estructura, es decir, que no se refiere a los individuos dentro del sistema de estratificación, sino a un sistema de posiciones. La sociedad motiva para que los individuos ocupen una posición "apropiada" en el sistema de estratificación. No obstante, ¿cómo suscita una sociedad en los individuos "apropiados" el deseo de ocupar ciertas posiciones? Y una vez ocupada la posición, ¿cómo suscita en ellas la sociedad el deseo de cumplir los requisitos de esas posiciones?

El proceso reúne una serie de cualidades: 1. Capacidad para alcanzar metas. Todo sistema debe alcanzar sus metas primordiales; 2. Adaptación. Todo sistema debe adecuarse a su exterior y adaptar el entorno a sus necesidades; 3. Integración. Todo sistema debe regular la interrelación entre sus partes constituyentes; 4. Latencia: Todo sistema debe proporcionar, mantener y renovar la motivación de los individuos y así las pautas culturales que crean y mantienen la motivación. Además los sistemas tienen un funcionamiento concreto: 1. Los sistemas tienen las características del orden y de la interdependencia de las partes; 2. Los sistemas tienden hacia un orden que se mantiene por sí mismo o equilibrio; 3. Los sistemas pueden ser estáticos o verse implicados en un proceso ordenado de cambio. La naturaleza de una parte del sistema influye en la forma que pueden adoptar las otras partes; 4. Los sistemas mantienen fronteras con sus ambientes. La distribución y la integración constituyen dos procesos fundamentales y necesarios para el estado de equilibrio de un sistema; 5. Los sistemas tienden hacia el automantenimiento, que implica el mantenimiento de fronteras y de las relaciones entre las partes y el todo, el control de las variaciones del entorno, y el control de las tendencias de cambio del sistema desde su interior.

Para entender la necesidad de estratificación social en Luhmann, debemos pensar que para él, un sistema no puede ser tan complejo como su entorno. Ritzer pone el ejemplo del cuento de Borges. Un rey ordenó a un cartógrafo que hiciera un mapa totalmente preciso de su país. Cuando el cartógrafo lo terminó, el mapa resultó ser tan grande como el país, y por tanto, inútil como mapa. Los mapas, como los sistemas, deben reducir la complejidad. El cartógrafo puede elegir qué rasgos son los importantes. Se pueden hacer varios mapas de una misma región, porque la elección depende de la contingencia. Ello es necesario, porque quien hace el mapa nunca está seguro de que lo que ha tenido en cuenta es importante para el usuario.

Para Luhmann, el nivel de estratificación, y nosotros añadiríamos, de capitalización social, depende de la formación de cotas de diferenciación soportable a través de la especificidad de los sistemas de funciones y de las condiciones sociales de su proceso de diferenciación. En la formación de estas cotas, tal como hemos descubierto, Luhmann reconoce el protagonismo de los medios de masas.

4. La cultura ostensible: la diferencia entre la codificación y programación.

La función social de los medios de comunicación no está en la totalidad de la información que cada campo programático actualiza (es decir, no es lo valorado positivo de la codificación) sino en la memoria que con ello se crea. Para el sistema de la sociedad, la memoria funciona como comunicaciones entendidas, como realidad presupuesta, sin que cada una deba ser demostrada o fundamentada. Así que el control de las comunicaciones sirve mayormente para asegurar el mundo conocido y para eliminar la información que resulte improbable.

La vinculación del capital social y los medios de comunicación se produce en estos campos programáticos. Ello es debido a que conservan y reproducen distintos acoplamientos estructurales, y por ello, diferentes clases de interdependencia con diversos sistemas de funciones. Por ejemplo, dice Luhmann (1996:98):

“La publicidad es sin duda un mercado propio del sistema de la economía que destina a organizaciones especiales para ello. Pero no es sólo eso. La publicidad debe realizar sus productos, mediante su propia dinámica, al interior de los medios de comunicación de masas y no, como en los casos típicos de otros productos, mediante sólo la disposición físico-químico-biológica para la satisfacción de una necesidad determinada. En el campo de la publicidad, por consiguiente, la economía está orientada al sistema de los medios de comunicación, así como la publicidad al sistema de la economía”.

Apuntado esto, y antes de proseguir, también hay que considerar la premisa luhmaniana de que los medios de comunicación entienden lo que comunican sólo cuando se trata de algo que se realiza dentro de su red de reproducción de informaciones. Cada comunicación en los medios de masas sólo permanece ligada a su esquematismo que ellos mismos ponen a su disposición.

Previamente, pues es necesario considerar que la comunicación para la cibernética de segundo orden no debe contener símbolos primarios que representen comunicables (o lo que es lo mismo, símbolos, palabras, mensajes, etc.). Así lo señala Von Foerster (2005:74 y ss), alcanzado incluso a admitir que esa teoría de la comunicación implicara comunicables, ya se tratara de una tecnología de la comunicación que da por garantizada la comunicación. Para Von Foerster, la comunicación es la interpretación que un observador hace de la interacción entre dos organismos⁹⁸ Ω_1 , Ω_2 .

Sean los $Evs_1 = Evs(\Omega_1)$ y $Evs_2 = Evs(\Omega_2)$ secuencias de eventos $Eve(t_j)$, ($j = 1, 2, 3, \dots$) con respecto a dos Ω_1 y Ω_2 respectivamente; y sea Com una representación (interna) observador de la relación entre estas secuencias de eventos: $OB(Com(Evs_1, Evs_2))$

Ya que Ω_1 o Ω_2 o ambos pueden ser observadores ($\Omega_1 = OB_1$; $\Omega_2 = OB_2$), la expresión anterior puede volverse recursiva en Ω_1 o en Ω_2 o en ambos.

⁹⁸ También señala que la actividad nerviosa de un organismo no puede ser compartida por otro organismo. Esto le sugiere, que en verdad, nada puede ser “comunicado”.

Ello demuestra para Von Foerster que llamamos "comunicación" a una representación (interna) de una relación entre (una representación interna de) uno mismo con algún otro. $R(\Omega_1^{(n+1)}, Com(\Omega^{(n)}, \Omega^*))$ Según su desarrollo, puede abreviarse del siguiente modo: $C(\Omega^{(n)}, \Omega^*)$

Dentro del formalismo desarrollado, el pronombre personal reflexivo "yo" aparece como el operador recursivo (infinitamente aplicado): $Equ[\Omega_1^{(n+1)} C(\Omega^{(n)}, \Omega^*)]$ o, en otras palabras: "Yo soy la relación observada entre yo mismo y la observación de mí mismo".

Frente a esta teoría, es esclarecedor apuntalar la repercusión de la naturaleza del capital social. Su estudio microsocioal ha servido para la formalización de la relación de confianza entre individuos, cooperación coordinada, resolución de conflictos, movilización y gestión de recursos comunitarios, legitimación de líderes, generación de ámbitos de trabajo, la prevención laboral, la denuncia de abusos en el trabajo y la producción de bienes públicos, en la que incluimos la producción mediática (o de los medios de masas) de bienes culturales.

El Banco Mundial diferencia entre dos modalidades de capital social: 1. El "bonding" consiste en la construcción de vinculaciones entre los miembros de una misma comunidad y tiene un efecto de incremento del bienestar; 2. y el "bridging" que funciona creando sinergia entre grupos opuestos, es decir, entre grupos con poder o excluidos.

Normalmente, o así lo entienden Fukuyama, Bourdieu o el propio Weber, son las redes sociales las que permiten consolidar un sistema capitalizado socialmente. En estos últimos años, precisamente hemos hablado mucho sobre el poder de la tecnología de la información en la formación de redes sociales.

Las redes son distintas a las jerarquías. Lo usual es que las relaciones sean informales y no basadas en la autoridad dentro de ellas. Esto no siempre es beneficioso, ya que como comenta Fukuyama (2000: 258-259), existen disfunciones organizativas (favoritismos, amiguismos) basadas en la relación de parentesco, de amor, de religión, de etnia, de género, etc. Cuando las redes sociales son informales y basadas en estas disfunciones, aparecen asociadas al nepotismo, la intolerancia, la endogamia y los acuerdos personalistas. Por otro lado, Dabas y Najmanovich (1995) afirman que las redes informales permiten una realidad dinámica mediante otras formas alternativas de comunicación, interacción e intencionalidad desarrolladas en un tiempo y dependiendo de determinadas coyunturas espaciales e históricas.

De acuerdo a la exposición de Von Foerster, sistémicamente estas redes pueden quedar definidas bajo su formalismo: $OB(Com(Evs_1, Evs_2))$. Después de todo, si partimos de las premisas iniciales, y entendemos la comunicación como la interpretación que un observador hace de la interacción entre dos organismos Ω_1, Ω_2 , entonces podemos extraer más conclusiones sobre las distintas posibilidades de comunicación: a) procesos de exclusión de grupos dentro de una organización o entre ellos; b) el modo de circulación de la información dentro de la organización, entre los grupos y sus efectos participativos; c) la credibilidad de los grupos de poder (dirigentes o líderes); d) la identificación de roles comunicacionales frente a la actitud de sus miembros (cooperación, dominación, sumisión).

Toda esta actividad se proyecta en el discurso de los medios de comunicación mediante su recursividad funcionando en red. Esta proyección constituye lo que desde la comunicación denominamos un ecosistema

comunicativo. El recurso de la ecología permite contemplar en relación la actividad eco-humana y eco-comunicativa en pleno acoplamiento estructural.

Si pensamos en un ecosistema comunicativo y humano, la información se transmite en círculo. En una cultura mediática, dependemos de la información para nuestra independencia. Este es el paradigma complejo de la cultura mediática. La falta de redes sociales e incluso su eliminación en el respaldo de las organizaciones microsociales (familias, hogares, comunidades indígenas, organizaciones tribales) se considera como un factor decisivo en la pobreza extrema. El diseño de estrategias de vínculos entre las personas incrementa el capital social, el progreso social y el desarrollo económico y cultural. De ello, también consideramos que existe en la cultura mediática ostensible el efecto de generación de pobreza de capital social mediante la diferenciación clasista que utiliza como factor funcional la propiedad de determinados bienes culturales.

Al transformar el espacio pragmático de la comunicación en un ecosistema de relaciones sociales, la información es un elemento estratégico de capitalismo social. Existe desigualdad en el acceso y acumulación de información como existe desigualdad en aquello que alimenta nuestra existencia humana. Morin habla del ser auto-eco-organizador y de su dependencia con el entorno. El organismo vivo degrada su energía para automantenerse, así que necesita alimentarse con energía renovada de su entorno. De este modo, *necesitamos la dependencia ecológica para poder asegurar nuestra dependencia*. Según Morin, la auto-eco-organización significa que la organización del mundo exterior se encuentra inscrita en el interior de nuestra propia organización viva.

Conforme a Morin, nuestra autonomía material y espiritual como seres humanos no sólo depende de la alimentación material, sino también de la alimentación cultural: la lengua, el saber, la tecnología, las normas sociales, otras culturas extranjeras, otras culturas pretéritas, etc.

5. La producción capitalista de la cultura ostensible y el intercambio de lo efímero.

Para comprender la producción capitalista de esa alimentación cultural en una sociedad mediática, debemos valorar la importancia que tienen las oscilaciones del gusto en el consumo. La pobreza social surge cuando proveemos de bienes culturales pobres. Y, ¿qué valoramos como bienes culturales de elite frente al consumo de cultura popular (más pobre)? Lo ocioso, lo superfluo, lo efímero.

Frente al consumismo mediático, la cultura ostensible mide sus posibilidades con las mismas que le permite el lenguaje. Los signos, los símbolos y la semiótica son los programadores del entorno informacional que provee de nueva energía. Constan de acciones sociales que se renuevan con la misma regularidad. Son acciones que repiten el mismo significado subjetivo típico. Pensamos que la industria cultural representa en sus bienes a los representados para establecer futuras relaciones sociales. Es decir, los bienes culturales representan a los miembros que ostentan el poder mediante esos significados subjetivos típicos.

En una sociedad especular, el derroche ostensible sirve para la supervivencia de las innovaciones que pueden hacerse por otros motivos distintos a los usos y costumbres. Todo lo contrario, el método de gasto estaría sujeto a la acción selectiva de la norma reguladora de la reputación. La distinción no está fuera de lugar. Así que la producción cultural no depende tanto de la distribución

y el consumo, como de las bases económicas que sustentan los cánones del gusto.

Lo bello tiene que ser a la vez costoso y mal adaptado para su uso y costumbre. Veblen (2004:175) cita un ejemplo que ilustra nuestra afición a lo efímero: "Desde el punto de vista de la simple utilidad, la Kelmscott Press redujo la cuestión al absurdo al editar libros para uso moderno con el texto escrito según la ortografía anticuada, impresos en letra gótica y encuadernados con pastas de papel pergamino sujetas con cintas de cuero". Añade Veblen que para más absurdo, el impresor tira una edición limitada para garantizar que ese libro es escaso, y por ello mismo, costoso, y que otorga una distinción pecuniaria a su consumidor.

Además de la representación de poder mediante la distinción de los bienes culturales, también los medios de comunicación actúan para crear en la institución de la propiedad mediante la posesión de las personas. En este sentido, los incentivos de los medios serían la propensión al dominio y a la coerción; el aprovechamiento de la utilidad de las personas y de sus servicios; y la misma ostentación de éxito frente a la propiedad de estas personas.

Así es como las audiencias, los consumidores o los espectadores son altamente valorados como prueba de riqueza y como medio de acumular riquezas. Y también tendríamos que admitir que el capital social que se descompone de una red informacional o mediática, es una red pobre en cuanto que actúa regresivamente sobre los miembros de la comunidad. Distinta sería la perspectiva sistémica auto-eco-organizacional, ya que aquí el ecosistema encuentra las relaciones vinculantes para mantener el sistema social, aunque las condiciones sean desfavorables para el individuo. Pensemos, como afirma Luhmann, que la sociedad no entiende de semánticas de poder, sumisión y pobreza.

A propósito de esto, Dupuy opina que el mercado es la quintaesencia del orden social en las sociedades complejas y no como se piensa es el azar: "El mercado da a ver y a comprender la posibilidad de una autoorganización social movida por las acciones de los hombres pero realizándose fuera de su conciencia y de su voluntad" (Dupuy, 1998:276). De acuerdo a su noción de mercado, el concepto de información tiene un lugar central. El intercambio de bienes culturales, de saberes o la propia división de trabajo garantizan la coordinación de saberes individuales que entran en sinergia sin que sea necesaria la síntesis, ni sea posible, ni pueda tener lugar. Así si el criterio de selección de la evolución cultural es el número de individuos que se aferran a una tradición para su conservación, muestra por un lado la superioridad del mercado para mantener las condiciones de un sector de la población y además ejerce atracción sobre el resto de las tradiciones restantes. De este modo, el mercado en el que se mueve el capitalismo social, ya no es un sistema de producción y de intercambios materiales, sino como estamos pretendiendo mostrar, un sistema de producción e intercambio de señales, frente al cual están los valores (los precios). Los precios son señales con un valor incitativo. Desaniman a los consumidores a adquirir la mercancía que bajo sus condiciones actuales hacen costosa su producción, y obligan al productor a buscar nuevas formas para obtener sustanciales beneficios.

Dupuy desea resaltar la complejidad del entorno en el que los bienes culturales se mueven, ya no regulado por un saber colectivo representado por un orden espontáneo de saberes individuales. En este caso, el entorno en el que lo efímero evoluciona, se encuentra bajo la competencia de sistemas de reglas abstractas. El especulador, en nuestro caso, ya sólo acecha sobre la información a la que no tiene acceso el resto de miembros (o sujetos). No obstante, sobre una

información primera no puede obtener beneficios hasta que todos evaluemos como pertinente esa información. Así que la complejidad comienza precisamente el egoísmo de quien especula con una información restrictiva al resto, sólo puede obtener beneficio, hasta que todos tomen nota de su evaluación, es decir, se beneficien gracias a él, de las buenas informaciones. Esta podría considerarse como la visión positiva del capitalismo informacional (o cultural) y su función social.

Dicho esto, es fácil pensar que el capital social se basa hoy en la información que acaparamos antes que otros, y que además ponemos en circulación en un mercado de signos distinguidos (que adquieren en el consumo su valor simbólico).

Si el capital social en una sociedad compleja es criterio de jerarquización, debe entenderse como la sociedad más generosa aquella que ofrece más información, que la regala, y de este modo, incrementa su capital social. Del mismo modo que en las sociedades primitivas, los bienes alimenticios o suntuarios no corresponden a una economía individual de las necesidades, sino más bien cumplen con una función de prestigio y de distribución jerárquica, la sociedad compleja coacciona con la información. Esto se hace necesario para que así se manifieste esa jerarquía social que basa la diferenciación en la distinción entre la función economía y la función/signo.

Sobre ello también Baudrillard extrae sus propias conclusiones al observar en el trabajo antropológico de Malinowski y las tribus Trobriandeses, el intercambio simbólico de la *kula* y el *potlatch* (1999:3):

"Sin embargo, detrás de todas las superestructuras de la compra, de la transacción y de la propiedad privada, es siempre el mecanismo de la prestación social lo que hay que leer en nuestra opción, nuestra acumulación, nuestra manipulación y nuestro consumo de objetos, mecanismo de discriminación y de prestigio que se halla en la base misma del sistema de valores y de integración en el orden jerárquico de la sociedad".

También frente al consumo ostentatorio, Baudrillard habla de otro valor del objeto de consumo: el simulacro funcional. Así, los bienes culturales no solo poseen la función de preservación de un orden jerárquico de valores, sino que además deben someterse al consenso severo de la moral democrática del esfuerzo, del mérito y del hacer. De este modo, el discurso funcional sirve de coartada al discurso distintivo.

La paradoja de este consumo es que si bien en una primera aproximación parece que el goce es individual y personal, digámoslo en términos luhmannianos, que corresponde al sistema psíquico, es, por el contrario, una operación propia de un sistema autorreferencial y autopoietico. El consumo de estos bienes culturales es una institución social coactiva que determina los comportamientos aún antes de ser reflexionada por la conciencia de los sujetos sociales. Sobre esto dice Baudrillard (1999:4): "una gratificación individual generalizada, sino como un destino social que afecta a ciertos grupos o a ciertas clases en mayor medida que a otros, o por oposición a otros". O sea que el consumo de bienes culturales, o ya dicho concretamente, la información, sería una selección por la cual quedan cualificados, en términos de Luhmann, elementos del sistema. Se trata de un control de cierre/clausura que permite entenderlo no como aislamiento, sino desde una dependencia energética del entorno. La clausura de esta operación, como hemos pretendido mostrar desde el principio, es un cierre de tipo

comunicacional o semántico, aunque también implique una apertura energética o informacional.

Llegando al final, queremos concluir al modo de Weber. La muerte del significado ha supuesto que el sistema cultural se fragmente en esferas autónomas de conocimiento cognitivo, moral y estético. Esto nos conduce directamente a la comprensión del antagonismo, a paradojas, que también como asiente Alexander, se dan entre las diferentes creencias y las acciones sociales que colisionan entre sí.

De acuerdo a las enseñanzas de Weber debemos indagar más sobre los nuevos valores, la racionalidad, la ética, y si sumamos además una reflexión de Durkheim, vigilar la creciente abstracción de la conciencia colectiva.

Ahora el sistema de la cultura posee su propia estructura interna (que Parsons llama *sistemas simbólicos*) y se institucionaliza para funcionar como modelo o subsistema del sistema social. La Teoría Crítica ha estudiado este proceso por el cual la estructura de la cultura se institucionaliza en la sociedad. También han sido muy relevantes las aportaciones semiológicas desde Saussure a Barthes en la construcción de estas estructuras mediante los códigos culturales y el uso a su vez, de signos que contienen significado y significante. Finalmente, estos códigos semióticos quedan ligados a los sistemas sociales, a los sistemas psíquicos y a la acción misma que, como hemos pretendido mostrar, intervienen en la producción actual de capital social.

6. A modo de conclusión: la proximidad del arte a la comprensión de la producción cultural de capital social.

En conclusión, los bienes culturales funcionan en el sistema social como signos de diferenciación clasista en la estratificación social. La producción cultural cumple una función indirecta en el consumo, o dicho de otro modo, es la observación de segundo orden la que otorga sentido a una cultura que capitaliza las relaciones sociales.

No todas las sociedades tienen una cultura que capitaliza las relaciones sociales. En sociedades más sencillas, los objetos han permitido sólo las relaciones entre los miembros de la comunidad, a diferencia de las sociedades complejas. En estas últimas, se olvidó, como nos recuerda Luhmann, de emplear la naturaleza para garantizar la concordancia y se apostó en mayor grado por el consenso.

El inicio del arte como bien cultural que permite la estratificación es la tematización que se realiza a través del consenso de opiniones. De este modo, podemos afirmar que la cultura masiva o mediática también va a construir las nuevas realidades sociales mediante la discusión del buen (o mal) gusto; y a propósito de ello, dice Luhmann (2005:130): "Por un lado la discusión acerca del buen (o mal gusto) no conduce hacia los criterios buscados, sino tan sólo a la experiencia de que todos los criterios supuestamente objetivos tienen efectos sociales discriminatorios: excluyen de la sociedad a los que experimentan de otra manera".

De otro lado, el arte es evaluado bajo los criterios filosóficos de la estética que se escapan a la simple percepción y que se sustentan en una actividad cognitiva validada. Según Luhmann, es precisamente en periodos de transición cuando la actividad estética busca en la sociedad mediante el consenso, la generalización de símbolos que actúan como a priori transcendentales que unen a los sujetos y se confrontan con ideologías.

Aunque Luhmann afirma sobre ello, que cada vez más las coordinaciones comunicativas están orientadas por las cosas y no por los fundamentos y de este modo, el disenso se hace más llevadero. Para el sistema social, el consenso no puede hacerse muy necesario, *y se tendrá que conceder el lugar que se merece a la orientación por las cosas*. Continuando con Luhmann, así se libera la comunicación de inmediato, ya que se valora lo que se deja a cargo de la decisión de si estamos de acuerdo con las opiniones y qué valor tienen para nosotros lo que se ha sostenido en ellas.

Luhmann reconoce en su estudio sobre el arte y la comunicación su función estratificadora, pero advierte que son muy complejas. Aunque admite las relaciones del arte con el orden estratificadamente diferenciado, también reconoce la capacidad del arte para preparar para el arte. Es decir, que se comprenda independientemente de la estratificación y decida por sí misma quién entiende algo del asunto (y quiénes están excluidos).

La socialidad del arte moderno tiene su origen en cómo se impone a la sociedad. Es un sistema clausurado con autonomía operativa que sirve para todos los sistemas de función, entre ellos, el arte o la cultura mediática. Ello se sustenta en las distinciones entre sistema/entorno y sistema/sistema. En el primer binomio, el sistema es la información interior frente a un entorno vacío; en el segundo caso, el otro lado también cabe señalarse o marcarse. Así podría entenderse que la cultura mediática ya también puede ser la conveniencia de aumentar la audiencia, la dinámica empresarial de los beneficios o sencillamente la pobreza creativa de los productores.

Pese a esto, la capitalización social en la producción cultural y su relación con la estratificación social es consecuencia, de que las obras de arte fueron encargadas durante mucho tiempo por los estratos superiores; como también ocurre ahora, que es considerado como un bien acumulable que se revaloriza con el tiempo y de ello, una importante inversión capitalista para las mismas clases superiores. Así que las esferas más altas sociales pueden condicionar la función pedagógica-moral del arte, limitando su libertad de acción. Como afirma Luhmann, los estilos de la retórica vienen coaccionados por el rango de las personas tratadas. Así la producción mediática también desarrolla más la representación de clases elevadas (toman la decisión sobre cómo es la cosa) y por otro lado, realiza una labor de capitalización social cuando desarrolla más asuntos públicos-comunes (que como dice Luhmann, están orientados a determinadas funciones) que aquellos de interés privado de las clases superiores. La producción cultural posee estructuras que se acomodan a cualquier observador, con lo que permite su acercamiento independientemente de su condición social de nacimiento. Finalmente, debemos entender en esta perspectiva mostrada, que la pobreza cultural de los contenidos de los medios masivos, en cualquier caso, es la decisión de las clases superiores que encargan una creación pobre (y decidida entre ellos) para saciar los beneficios privados. Y que la *responsabilidad moral-pedagógica*, como señalaba Luhmann, de los bienes culturales no están en las manos de las clases más inferiores (que son a su vez, los más consumidores), sino de la pobreza de capital social que poseen las sociedades de medios masivos privados que separan en estratos cada vez más distantes mediante su producción simbólica.

DATOS SOBRE EL AUTOR

Fernando R. Contreras

Profesor del Departamento de Periodismo 1 en la Universidad de Sevilla. Doctor en Ciencias de la Información. Licenciado en Bellas Artes. Trabaja también para el Departamento de Filosofía y Lógica y Filosofía de la Ciencia con el Grupo de Estudio en Antropología Cultural. Su línea de investigación son los Estudios Culturales, Medios e Innovación Tecnológica. Es miembro fundador de la Asociación Iberoamericana de Antropología Visual y Comunicación y director de SirandaEditorial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AA.VV. (1996) *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona. Antrophos.
- ALEXANDER, Jeffrey C. (2000). *Sociología cultural. Formas de clasificación en las sociedades complejas*. Barcelona. Antrophos.
- BAUDRILLARD, J. (1999). *Crítica de la economía política del signo*. México. Siglo XXI.
- DABAS, E. / Najmanovich, D. (comps.) (1995) *Redes. El lenguaje de los vínculos*. Buenos Aires. Paidós.
- DUPUY, Jean-P. (1998) *El sacrificio y la envidia. El liberalismo frente a la justicia social*. Barcelona. Gedisa.
- FUKUYAMA, F. (2000) *La gran ruptura*. Barcelona. Ediciones B.
- LUHMANN, N. (1984) *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. Barcelona. Anthrophos (1991).
- LUHMANN, N. (1996) *La realidad de los medios de masas*. Barcelona. Antrophos. 2000.
- LUHMANN, N. (2005). *El arte de la sociedad*, México. Herder. 1995.
- MORIN, E. (2002). *Introducción a una política del hombre*, Barcelona, Gedisa.
- RITZER, G. (2001). *Teoría sociológica moderna*. Madrid. McGraw-Hill.
- VEBLEN, T. (2004) *Teoría de la clase ociosa*. Madrid. Alianza.
- VON FOERSTER, H. (2006) *Las semillas de la cibernética*. Barcelona. Gedisa.
- WEBER, M. (2001) *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires. Amorrortu Editores.
- WEBER, M. (2006) *Conceptos sociológicos fundamentales*. Madrid. Alianza.