

**Micaela Alquezar<sup>1</sup>**

(Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA)

[micaela.alquezar@gmail.com](mailto:micaela.alquezar@gmail.com)

## **La realidad de los medios de masas: lineamientos para pensar “lo masivo” en la teoría de Niklas Luhmann**

### *Introducción*

¿De qué maneras Niklas Luhmann da cuenta de *lo masivo*? Esta pregunta es la que estructura el presente trabajo y para la cual se intentará, sin pretender exhaustividad, dejar planteados algunos ejes que permitan pensar una respuesta.

En principio puede aseverarse que para Luhmann el tratamiento de lo masivo no reside en una preocupación por las muchedumbres revolucionarias que vienen a desestabilizar la sociedad o por las masas que aparecen en el campo político y sobre las que habría que actuar<sup>2</sup>. No hay una vinculación de las masas con el problema del orden. De hecho, los individuos que potencialmente conforman a las masas son considerados por Luhmann como parte del entorno del sistema social que, si bien lo irritan y son fundamentales para su supervivencia, no son la operación que garantiza su autopoiesis. Incluso Christian Borch(2012), quien propone una historia alternativa de la sociología centrada en las masas, identifica a Luhmann como un caso ilustrativo de cómo la sociología reciente no se ha preocupado por esta problemática.

Nuestra lectura es que, si bien en la obra de Luhmann el tratamiento de las muchedumbres no se da de modo explícito, es innegable que pueden rastrearse modos de trabajar *lo masivo*. Esto se hace evidente al examinar lo que Luhmann escribe respecto a las comunicaciones: la masificación del alcance de los medios de comunicación, como resultado de diversos desarrollos técnicos, conllevaría para el autor una masificación de las

---

<sup>1</sup> Estudiante de Sociología en la Universidad de Buenos Aires, becaria estímulo UBACyT integrante del Grupo de Estudios sobre Problemas y Conceptos de Teoría Sociológica, radicado en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Este trabajo se inscribe en el marco de la beca estímulo cuyo proyecto se titula “Las semánticas de lo masivo en la teoría de Niklas Luhmann. Problemas de inclusión/exclusión”.

<sup>2</sup> Para trabajos que abordan el problema de las masas desde diversas disciplinas ver Borch(2012), Jonsson (2013), Schnapp y Tiewes(2006), Moscovici (1985) y McClelland (2010).

comunicaciones, que son la operación a partir de la cual el sistema social se diferencia de su entorno. Esta masificación de las comunicaciones, que genera cada vez una mayor redundancia, viene de la mano del desarrollo de un sistema parcial del sistema social cuya función es, específicamente, la de la autoobservación de la sociedad: el de los *medios de comunicación de masas*. A su vez, tanto estas observaciones como su alcance son masivos, y no están exentos de tener efectos sobre el resto del sistema social.

Para este trabajo nos centramos en *La realidad de los medios de masas* [1995](2000) dado que es allí donde Luhmann se dedica a trabajar sobre el sistema parcial de los medios de comunicación masiva. Además es un texto relevante porque, siguiendo a Javier Torres Nafarrate en su prólogo de la versión en español del libro, “es un asentamiento de descarga de toda la teoría de Luhmann. Cada una de las frases está precedida por una arquitectura conceptual que él trabajó durante cuarenta años” (2000, p. IX). No interesará aquí reconstruir el argumento del libro<sup>3</sup> sino dejar planteados algunos lineamientos para una sistematización de las semánticas de lo masivo en este trabajo de Niklas Luhmann.

En un primer apartado se dará cuenta de qué entiende Luhmann por *semánticas* y de cómo aquí pondremos en juego esa noción para leer al propio Luhmann. Luego realizaremos un recorrido por las diferentes semánticas o formas en que el autor, según identificamos, tematiza lo masivo: a) en un sentido histórico; b) en un sentido sistémico; c) con referencia a los efectos que tiene el sistema de los medios de comunicación de masas sobre los individuos; y d) como autoobservación del sistema de los medios de comunicación de masas. Estas dimensiones que trabajaremos en diferentes apartados son inescindibles; aquí interesa realizar un ejercicio de ordenamiento teórico-conceptual que permita poner la mirada sobre un tema pretendidamente soslayado en la teoría luhmanniana: la pregunta por *lo masivo*.

### *La semántica luhmanniana*

Luhmann en *La sociedad de la sociedad* (2006) explica que la comunicación de la sociedad es posible a partir de las autodescripciones que la sociedad misma realiza. Estas autodescripciones son “construcciones imaginarias de la unidad del sistema” (p. 687) que en las distintas épocas movilizan diversos recursos semánticos, conceptos y vocabularios que les

---

<sup>3</sup> Para ello ver los trabajos de García Blanco (2003) y de Becerra y Arreyes (2013), o las reseñas de Almansa Martínez (2011) y Peña Acuña (2009).

sirven de base<sup>4</sup>. Según Corsi, Esposito y Baraldi en su *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*(1996), la semántica, entonces, se define como el “patrimonio del saber de la sociedad sobre sí misma y sobre su entorno” que se halla en textos y material histórico cultural (p. 145).

Parte de este patrimonio del saber es producido por la sociología, que observa al sistema social (del que a su vez es parte) y para ello pone en juego y actualiza diversas semánticas. Sobre la base de múltiples textos se pueden realizar diversas interpretaciones que se plasman en nuevos trabajos y producen así semánticas –y su variabilidad–(Blanco Rivero, 2011). Además, se dan variaciones en las semánticas dado que las adquisiciones estructurales de complejidad son acompañadas por las correspondientes adquisiciones semánticas (García Blanco, 2003). Es decir, las semánticas se vinculan con las estructuras en las cuales se encuentren operando: sus conceptos considerados como menos plausibles por las estructuras de los sistemas sociales pueden ser desechados, mientras otros pueden ser estabilizados<sup>5</sup>.

En tanto son parte del sistema social, las observaciones y descripciones sociológicas de primer orden son también autoobservaciones (y autodescripciones) del propio sistema. De este modo, observar las observaciones sociológicas y las semánticas que ellas utilizan significa realizar una observación de segundo orden, es decir, ser los observadores que observan esa primera observación<sup>6</sup>. Dado que la propia operación de observación es el punto ciego de toda observación, la realización de estas observaciones de segundo orden es un ejercicio provechoso y estimulante. En este trabajo interesa, entonces, observar la observación que Niklas Luhmann hace del sistema de los medios de comunicación masiva. Si Luhmann en *La realidad de los medios de masas* pretende observar las operaciones cognitivas de los

---

<sup>4</sup> Estas construcciones imaginarias habilitan las comunicaciones porque generan *capacidad de enlace* entre ellas, lo que a su vez permite la autopoiesis del sistema social, es decir, su reproducción a partir de sus propias operaciones (Luhmann, 1998). Recordemos que el sistema opera en un doble nivel: por un lado el de su operación y autopoiesis que acabamos de mencionar, y, por el otro, el de la observación-descripción que se preocupa por generar *redundancia*, en el que en este apartado nos centramos (sin olvidar que son instancias inescindibles) (Blanco Rivero, 2011).

<sup>5</sup> Sobre las estabilizaciones semánticas del sistema, la generación de redundancia y la producción de campos semánticos ver Blanco Rivero (2012).

<sup>6</sup> Luhmann (2006, p. 701) diferencia las autoobservaciones de las autodescripciones, aludiendo en que las últimas implican una producción escrita y, por ende, una mayor recursividad y disponibilidad universal; se exponen a posteriores observaciones. Quizás podría reformularse el clásico movimiento de “observar las observaciones del observador” por un “describir las descripciones del descriptor”. Optamos por la primera forma a fines de facilitar la lectura.

medios de comunicación masiva para lograr “el reconocimiento de los marcos de referencia (*frames*) de sus formas de conocimiento” (2000, p.8), aquí buscaremos identificar las semánticas que el autor moviliza para dar cuenta de *lo masivo* en su descripción del sistema diferenciado de los medios de comunicación<sup>7</sup>.

### *Lo masivo como producto histórico*

En términos históricos, los *medios de comunicación simbólicamente generalizados* (de aquí en más, MCSG) son los que habilitan a la mayor difusión de las comunicaciones. Estos medios hacen que las selecciones<sup>8</sup> que son altamente contingentes sean lo suficientemente no-arbitrarias para que puedan realizarse (Luhmann, 1998)<sup>9</sup>. Los MCSG, tales como el dinero en la economía, el poder en la política o la verdad en la ciencia, son medios de consecución de las comunicaciones y permiten que sean menos improbables. Son invenciones de la evolución social que aumentan la probabilidad de que una comunicación sea aceptada en vez de rechazada. A su vez, es esta consecución de operaciones comunicativas la que habilita la eventual diferenciación y emergencia de diversos sistemas funcionales del sistema social, como son los casos los sistemas que acabamos de mencionar al aludir a sus MCSG de la economía, la política o la ciencia, por nombrar algunos.

En este punto es pertinente reiterar que las dimensiones históricas y sistémicas que identificamos en el tratamiento de lo masivo son inescindibles: de hecho, siguiendo a Stichweh (2005), puede pensarse que “la teoría de la diferenciación es reformulada como una teoría general de la formación de sistemas” (p. 355, traducción propia). El enfoque luhmanniano y su *constructivismo operativo* permite pensar a la teoría de sistemas, a primera vista tan abstracta, en términos históricos alejados de cualquier esencialismo<sup>10</sup>. En palabras de

<sup>7</sup> Esta propuesta es análoga a aquella que realiza Sasín (2017): a partir de identificar al concepto de *masa/s* como parte sustancial de la trama semántica de autodescripción de la sociedad moderna, pero a su vez poco tematizado como concepto sociológico, busca reconstruir la semántica de lo masivo en los orígenes del pensamiento social argentino.

<sup>8</sup> Cada comunicación implica la selección contingente de un modo (de comunicar algo) y del sentido (de aquello sobre lo que se dice algo).

<sup>9</sup> Para un desarrollo de los medios simbólicos generalizados de comunicación puede consultarse Luhmann (1998), especialmente el capítulo 5 (“Consideraciones introductorias a una teoría de los medios de comunicación simbólicamente generalizados”), o los trabajos de Stichweh (2005) y Nassehi (2005).

<sup>10</sup> En palabras de Torres Nafarrate (2013) “La sociedad es un dinamismo formal entre lo actual y lo posible (...) no tiene realidad ontológica propia. No es más que una abstracción formal y que existe solo como símbolo entre los seres humanos.” (p. 108).

Luhmann: “el constructivismo operativo se fundamenta en la recursividad de las propias operaciones y en la memoria del sistema.” (2000, p.131). Pensar a la diferenciación funcional como un proceso formador de sistemas a partir de la recurrencia de las operaciones hace decididamente inescindibles a estas dos instancias, que sin embargo utilizamos como focos a partir de los cuales organizar la exposición.

Entonces, los MCSG son los que permiten la *consecución* de las comunicaciones y la emergencia de los múltiples sistemas parciales del sistema social. Sin embargo, aunque sean medios generalizados, Luhmann aquí aún no habla de masificación. Para pensar esto es necesario remitir a los desarrollos de los medios de *difusión* de las comunicaciones. Las diferentes invenciones, como la escritura en primera instancia, y la imprenta después, llevan a una masificación de las comunicaciones. La copresencia deja de ser un requisito para la comunicación; el registro escrito permite un mayor acceso a esas comunicaciones en términos tanto temporales como espaciales. Y con la aparición de los primeros dispositivos electrónicos y medios de *broadcasting* como la radio y la televisión<sup>11</sup>, este movimiento se radicaliza y pasa a haber una multiplicación exponencial de las comunicaciones. De hecho, afirma Luhmann, lo decisivo está en que “entre el emisor y el receptor no debe haber interacción entre presentes”: la intercalación de la técnica rompe el contacto inmediato y asegura altos grados de comunicación (2000, p.3). El que la interacción cara a cara deje de ser necesaria para la consecución de las comunicaciones habilita a una masividad en su alcance nunca antes vista.

En este punto puede observarse que el tratamiento de lo masivo del autor no está atravesado por una preocupación por las muchedumbres o masas copresentes que contagian algún tipo de sentimiento. Lo masivo, si necesita de una materialidad, es de aquella de los medios de difusión que son requisito para la formación del sistema parcial de medios de comunicación de masas. Es una materialidad diferente a la de los cuerpos enérgicos, efervescentes y encendidos en las calles. A su vez, los medios de difusión permiten que la territorialidad tampoco sea una limitación para las comunicaciones: puede prescindirse de los grandes encuentros e intercambios cara a cara. Las comunicaciones del *massmedia*<sup>12</sup> atraviesan fronteras con gran facilidad y logran tener alcance mundial. De hecho, Luhmann

<sup>11</sup> Para una problematización de las TIC desde la teoría de sistemas luhmanniana ver Forte et al. (2012).

<sup>12</sup> Usamos *mass media* como sinónimo de “sistema de medios de comunicación de masas”.

llega a afirmar que el concepto de nación<sup>13</sup> como recurso autodescriptivo de la sociedad, que brinda identidad y pretensión de unidad, está en su “fase terminal” e incluso que funciona como obstáculo epistemológico para el entendimiento de la sociedad moderna (2007, p. 836).

Observar el modo en que Luhmann examina el sistema de los medios de comunicación de masas podría ser una buena vía a partir de la cual trabajar, precisamente, sobre el diagnóstico que realiza de la sociedad moderna. Luhmann no esencializa ni a los sistemas, ni a la sociedad en su totalidad, sino que todos son desarrollos contingentes y con un alto grado de variabilidad. De hecho, la sociedad moderna es caracterizada como acéntrica, y altamente inestable y cambiante. Dar cuenta de las propiedades del sistema de los *mass media* puede ser una herramienta útil a partir de la cual caracterizar a algunas de las especificidades de la sociedad moderna, tal como la necesidad de sustituirvelozmente información redundante por nueva información (Luhmann, 2000, p.32). Al fin y al cabo este nuevo sistema, a partir de sus operaciones recurrentes, irrita a los demás sistemas del sistema social y afecta a la sociedad en su totalidad.

#### *Lo masivo como característica y como efecto de las operaciones del sistema*

Luhmann (1998) define sociedad como “el sistema que engloba todas las comunicaciones, aquel que se reproduce autopoieticamente mediante el entrelazamiento recursivo de las comunicaciones y produce comunicaciones siempre nuevas y distintas” (p. 59). En otras palabras, para Luhmann el sistema sociedad tiene una operación específica, la comunicación, a partir de la cual se puede producir y reproducir a sí mismo y diferenciarse del entorno. Cada comunicación necesita de comunicaciones previas para funcionar –debe haber recursividad– pero nunca puede ser igual a las anteriores. Además, los problemas con los que el sistema debe lidiar no pueden reducirse al concepto de “social”<sup>14</sup>. El sistema no se define por sus elementos si no por su operación específica: “un sistema no es un aparato mecánico que controla todo lo que pasa dentro suyo (...): es todo lo que pasa dentro suyo” (Nassehi,

<sup>13</sup> Para un análisis del concepto de nación en la teoría de la sociedad moderna de Luhmann ver Lewkow (2017).

<sup>14</sup> Según Pignuoli Ocampo (2015) “los sistemas sociales enfrentan problemas cuya generalidad desborda largamente el concepto de lo social (problemas como la complejidad, el tiempo, la entropía); la especificidad surge de la operación con que los sistemas sociales lidian con tales problemas, lo que diferencia a los sistemas sociales de otros tipos de sistemas, como los biológicos o los psicológicos” (p.320).

2005, p. 181, traducción propia). Los sistemas son autopoieticos, es decir, que el sistema se produce a partir del propio sistema y que en su operación no puede tomar nada del entorno.

Torres Nafarrate (2000) propone pensar a la sociedad de la teoría luhmanniana como el universo de todas las comunicaciones posibles. Así, los sistemas parciales del sistema social son “galaxias de comunicación” (p. XIX), con sus propios códigos, selectividad e irritaciones para con los demás sistemas. El sistema parcial de los *medios de comunicación de masas*, al igual que los otros sistemas parciales, es un producto histórico que emerge como un logro evolutivo del sistema social. Es decir, es consecuencia del desarrollo de la diferenciación funcional de las sociedades en la modernidad. Dice Luhmann en *La realidad de los medios de masas* que la primera condición para la diferenciación de este sistema es el desarrollo de los ya mencionados medios de difusión de las comunicaciones. Estos medios permiten que la producción de comunicaciones sea numerosa y pasible de ser dirigida a múltiples receptores desconocidos. Ahora bien, estos nuevos medios de difusión, si bien son el soporte del nuevo sistema de *mass media*, no deben confundirse con él: Luhmann se aleja del tecnologicismo (Becerra & Arreyes, 2013) para poner la mirada en la operación específica del sistema que permite su diferenciación, clausura operativa y propia reproducción.

En este punto es importante diferenciar la operación de los medios de masas de su observación. La primera tiene que ver con la “comunicación ininterrumpida que se lleva a efecto en ellos” (Luhmann, 2000, p.6). Es decir, es lo que permite la autopoiesis y diferenciación sistémica. A su vez, el sistema de los *mass media* produce observaciones de la sociedad y designa cosas, sea en forma de noticias y reportajes, entretenimiento o publicidades, a partir de las cuales la sociedad puede autoobservarse y diferenciarse de su entorno. De allí que la masividad pueda pensarse en un doble sentido: a) las operaciones del sistema son masivas dado que se produce una comunicación tras otra a altísima velocidad; b) las observaciones que el sistema realiza tienen un alcance masivo gracias a los medios de difusión de las comunicaciones.

Retomemos el hilo de la descripción sistémica: todo sistema necesita de un código específico para poder autoorganizarse y reproducirse autopoieticamente, y el código a partir del cual el sistema de los medios de comunicación de masas se diferencia del entorno es el de

información/no información<sup>15</sup>. ¿Qué define qué es y qué no es información? El sistema cuenta con un conjunto de reglas a partir de las cuales se delimita qué y cómo es posible de ser comunicado. Por un lado, es el caso de los tres campos programáticos que Luhmann identifica: noticias y reportajes, publicidad, y entretenimiento. Cada uno de ellos tiene (y hace a) la estructura interna de los medios de comunicación para las masas, pero ponen en juego el código información/no información de diferentes modos. Ordenan qué es y qué no es esperable según diversos criterios de selección de la información.

Por el otro lado, se pone en juego la cuestión de la redundancia: toda comunicación necesita dar informaciones por sabidas para poder comunicar lo novedoso; nuevamente el código información/no información no es suficiente y necesita de estas otras estructuras para su funcionamiento. Las comunicaciones son masivas y siempre nuevas, pero solo pueden serlo si se basan en comunicaciones previas. Así, escribe Luhmann (2000), “se prefigura el campo de elección de lo que puede acontecer como comunicación” (p. 27). Sin ciertos sentidos compartidos la comunicación es imposible, y podría pensarse que este requerimiento se ve radicalizado con la masividad en el alcance de sus comunicaciones que el sistema de los *mass media* pretende. Es a partir de la memoria social, que construye repeticiones y redundancia, que el sistema de los medios de comunicación de masas puede producir sus irritaciones y comunicar a la velocidad en que lo hace. Los *mass media* condensan sentido, erigen temas y objetos que funcionan como esquemas conocidos<sup>16</sup> a partir de los cuales señalar las novedades (*ibíd.*, p.57). Es decir, operan gracias al horizonte de expectativas de la memoria social a la vez que la irritan y tienen efectos sobre su formación y su actualización. Luhmann incluso afirma que la función social de los medios de masas es la de la creación de la memoria a partir de cada comunicación, de modo tal que se la tome como realidad presupuesta que no tenga que ser introducida y fundamentada cada vez (*ibíd.*, p.96). El impacto que tiene la masividad de las comunicaciones de los *mass media* y su alcance permite que se asegure el mundo conocido del sistema sociedad. Así, la recursividad no solo se vincula con una cuestión de economía cognitiva, sino también con un trasfondo ontológico:

<sup>15</sup> Torres Nafarrate, traductor de *La realidad de los medios de masas*(2000), aclara que para el lector hispanohablante el código es más claro si se lo plantea en términos de *lo informable/lo no informable*.

<sup>16</sup> Luhmann refiere a una “producción de la cultura latente de la cotidianeidad” y “reproducción de la recursividad de la comunicación de la sociedad” (2000, p.97)

los medios de masas a partir de sus comunicaciones construyen realidad<sup>17</sup> –y de allí el título del libro de Luhmann, y de nuestro trabajo–.

Ahora bien, ¿de qué otros modos Luhmann da cuenta de lo masivo? Hasta aquí, en este aparatado, hemos contestado esta pregunta desde la masividad inherente al propio funcionamiento del sistema. Sin embargo, también puede responderse pensando en los efectos que tiene el funcionamiento del sistema parcial de los medios de comunicación masiva en la sociedad.

Cuando Luhmann desarrolla el campo programático de las noticias y los reportajes describe cómo muchas veces los medios de comunicación de masas “se toman a sí mismos como espejo” y la exteriorización de opiniones sobre una noticia pasa a ser una noticia o acontecimiento por sí misma (*ibíd.*, p. 52). Continúa diciendo que “el mundo, así, *se llena* de rumores, de iniciativas, de comentarios, de críticas” (*ídem*, las cursivas son nuestras). Las comunicaciones de los *mass media* generan cada vez más comunicaciones van más allá de este sistema específico: se masifican las comunicaciones de todos los sistemas parciales del sistema social a partir de las irritaciones recibidas desde los medios de masas. Las noticias y las opiniones al respecto –sean o no tematizadas por los *mass media*– se entrecruzan tanto que para el público pasan a formar una “masa fluida de comunicación” (*ibíd.*, p. 53).

Otra forma en la que Luhmann alude a la masividad es cuando refiere a aquella adquieren los temas que el sistema de medios de comunicación masiva logra instalar. A diferencia de las comunicaciones realizadas en situación de copresencia, la de los *mass media* no tiene interés por ser aceptada o rechazada. Esto no significa que puedan comunicar lo que quieran o “manipular” a gusto; los diferentes programas de comunicación son lo suficientemente generales como para tener un alto alcance, pero también deben versediferenciados según los intereses del público<sup>18</sup>. El punto radica en que una vez que operan según ciertas estructuras programáticas ya no es necesaria la aceptación inmediata de

---

<sup>17</sup> De esta afirmación no debe concluirse que los *mass media* son los únicos que construyen la realidad; dice Luhmann que toda comunicación aporta u olvida algo para esa tarea. Sin embargo, la diferencia radica en que “los medios de comunicación se vuelven necesarios cuando se trata de *la difusión expansiva y de la apropiación anónima de conocimiento*” (2000, p. 147, las cursivas son nuestras).

<sup>18</sup> Esto es claro si se piensa en la oferta de programas de televisión, pero no exclusivamente. Por ejemplo, en el caso del campo programático publicitario también se busca equilibrar la tensión entre redundancia y variedad. Se combinan la alta estandarización y las altas diferenciaciones en la superficie. Así “un BMW será siempre un BMW, pero siempre serán mejores de modelo a modelo” (Luhmann, 2000, p. 74).

las comunicaciones. Lo que importa es que logran instalarse temas, sea por acuerdo o por desacuerdo en relación con ellos: los *mass media* “subrayan lo que debe ser objeto de opinión y gracias a esa opinión quedan como temas que crean agenda” (*ibíd*, p.53).

### *Lo masivo como efecto del mass media en el individuo*

Quizás hacer referencia a la figura del individuo en el marco de un trabajo sobre la teoría de sistemas de Luhmann parezca algo extraño. Al fin y al cabo, él ubica a los individuos no el interior del sistema social sino como parte de su entorno. En otras palabras: “los individuos y la sociedad son parte de una unidad sistema entorno (que también comprende a la naturaleza), pero el sistema social es una realidad radicalmente distinta de los sistemas individuales o de conciencia que habitan en su entorno.” (Varela, 1995, p. 3). Dice Stichweh, en *The Present State of Sociological Systems Theory* (2005), que el fenómeno elemental de los sistemas sociales ya no es el acto-unidad parsoniano, sino la comunicación. En efecto, afirma que las teorías del individuo abren lugar para teorías que tienen a la comunicación como protagonista (Stichweh, 2000).

Pero que los individuos en la arquitectura teórica luhmanniana sean parte del entorno del sistema social no significa que no sean relevantes. De hecho, son su condición de posibilidad, así como también lo son recursos naturales. Sin embargo, a Luhmann no le convence la idea de pensarlos como hechos empíricos dados y con una unidad clara: “los límites de una acción o los de un actor no se pueden ver ni oír (y con ello no se puede ver ni oír su unidad)” (2000, p. 49). Así, Luhmann entiende a la figura del individuo como un constructo velado, sea institucional, sea cultural.

De los tres campos programáticos que el autor identifica en el sistema de los medios de comunicación de masas, el que consideramos más interesante para pensar el efecto que tiene en los individuos es el del entretenimiento. Luhmann propone que el entretenimiento puede funcionar para los individuos como herramienta para la autoobservación: “invita al que toma parte a referir a sí mismo lo que ha visto y lo que ha oído” (2000, p. 88). En la trama de los libros y las películas se entrecruza lo que Luhmann llama “realidad real” de los espectadores y “realidad ficcional” de la historia. Claro está que nadie es completamente lo que le ofrece el entretenimiento, ni los *mass media* pueden controlar los efectos psicológicos que tendrán en los individuos. Sin embargo, el sistema de medios de comunicación de masas

puede brindar herramientas para que cada quien trabaje sobre su propia identidad. Al fin y al cabo, para Luhmann el entretenimiento posibilita la “autoubicación en el mundo” (*ibíd.*, p. 91).

Pero no todo es incentivar la singularidad de los individuos en lo que a medios de masas se refiere. Esas herramientas a partir de las cuales los individuos pueden procesar su autoubicación en el mundo son limitadas. Como toda estructura, habilitan a la vez que constriñen, porque las posibilidades que da son unas y no otras. Hay determinadas estandarizaciones a partir de las cuales los individuos deben decidir su aceptación o rechazo. Así pues, los *mass media* necesariamente ubican a los espectadores en calidad de observadores pasivos<sup>19</sup>. Quizás la instancia más fuertemente homogeneizadora del sistema de los medios de comunicación de masas sea la ya mencionada cuestión de la redundancia que sus informaciones alimenta. Los *mass media* absorben incertidumbre, consolidan los conocimientos que ya son sabidos por todos, “y a pesar de nuestras atomizadas existencias individuales, la única alternativa que cabe es la de suponer que todos estamos igualmente informados” (García Blanco, 2003, p. 163).

No creemos que sería atinado atribuir a esta masificación del individuo el carácter de totalizadora pues para Luhmann definitivamente es una situación paradójica: “los individuos, al tomar parte en la comunicación, se individualizan y se desindividualizan; se uniforman y se ficcionalizan” (2000, p. 108).

*Lo masivo como objeto de las observaciones del sistema*

*“La sociedad al estar constituida por pura comunicación no está sostenida sobre ningún fundamento objetivo, macizo, duro, perdurable.*

*Ella misma tiene que conferirse sus propios estados semiduraderos”*

*(Torres Nafarrate, 1999, p. 48).*

Finalmente, quisiéramos dar cuenta de una última forma que identificamos que la teoría de Luhmann habilita para pensar lo masivo. Dijimos que para poder constituirse como tal, la sociedad necesita observarse y describirse a sí misma: de allí es que obtiene esos

---

<sup>19</sup> Un ejercicio interesante podría ser problematizar cómo los espectadores interactúan con el contenido que observan en las diferentes redes sociales; todos pueden ser consumidores y productores a la vez. Esta cuestión excede los fines del presente trabajo.

estados semiduraderos a los que la cita hace alusión. Estas autoobservaciones, junto con su operación específica, son las que permiten que el sistema se distinga de lo que no es sistema, es decir, del entorno y su ruido. Hay una capacidad social –habilitada por la memoria– para producir conocimiento general acerca de la propia sociedad (de los Monteros et al., 2012). En este sentido, los medios de comunicación de masas producen y reproducen el conocimiento del mundo a partir de sus observaciones. Es a través de ellas que, por ejemplo, la sociedad se estimula a sí misma para la innovación y tematiza problemas que luego exigen soluciones (Luhmann, 2000, p.114).

Ahora bien, ¿podrían acaso las observaciones de los *massmedia* tener como objeto a lo masivo en sus diferentes formas? Si los medios de comunicación construyen la realidad social y realizan “una continua reactualización de la autodescripción de la sociedad y de su horizonte cognitivo” (*ibíd.*, p. 147), no vemos por qué no. El sistema de los medios de comunicación de masas realiza observaciones de segundo grado, observan a la sociedad misma y puede, por ejemplo, diagnosticar su carácter masivo. Al igual que, por ejemplo, las observaciones sociológicas, aquellas de los *mass media* refieren a una “sociedad de masas”, a la globalización y a múltiples problemas –como es el caso de los ecológicos– cuyo alcance es decididamente mundial.

De la misma manera también pueden dar cuenta de distintas manifestaciones políticas, protestas en masa o festejos multitudinarios. Si bien ni los individuos ni las muchedumbres son parte del sistema social sino de su entorno, esto no significa que no puedan ser tematizados por él y constituidos como una semántica a partir de la cual la sociedad se autoobserva<sup>20</sup>. En síntesis, aunque Luhmann no problematiza directamente estas cuestiones, su teoría habilita a pensar de qué manera la sociedad sí las tematiza para dar cuenta de sí misma.

### Conclusiones

El objetivo de este trabajo fue simplemente proponer algunos lineamientos para problematizar *lo masivo* en la teoría luhmanniana. Si bien no siempre aparece de manera

---

<sup>20</sup> De modo semejante, Sasín(2012) describe el uso del término *comunidad* –que al igual que el de *masas* no ha sido trabajado por Luhmann– como componente de las autoobservaciones y autodescripciones que la sociedad moderna realiza de ella misma.

explícita, sí algunas de sus propuestas habilitan a esa lectura. Así, lo masivo puede leerse como producto histórico: el desarrollo de los medios de difusión habilita la emergencia del sistema de medios de comunicación de masas. En términos sistémicos, lo masivo aparece en la operación específica de los *mass media*: sus comunicaciones son masivas y también así lo es su alcance y su capacidad de imponer temas. Aún más: los otros sistemas parciales del sistema social también emiten comunicaciones al respecto, por lo que el movimiento se ve multiplicado. Observando del efecto sobre los individuos puede decirse que la situación es paradójica: tiene herramientas para la construcción de su identidad, a la vez que estas son limitadas; se ven homogeneizados por encontrarse sumergidos en una redundancia comunicativa y en sentidos compartidos. Asimismo identificamos que en las observaciones realizadas por los medios de comunicación de masas para dar cuenta de la sociedad puede tematizarse lo masivo, tanto en términos de “sociedad de masas” como a partir de su descripción (en las noticias, por ejemplos) de grandes muchedumbres.

Quisiéramos dejar planteada una última reflexión: sería interesante problematizar los efectos en términos sistémicos que puede tener la masividad de las comunicaciones que el funcionamiento de los *mass media* tiene como consecuencia. Si la sociedad es el universo de las comunicaciones, podría pensarse que a mayor su volumen, más interconectada y, quizás, hasta más densa, volátil y modificable sería la sociedad. La otra cara de esta afirmación es que la condición de posibilidad para esa alta densidad comunicativa sería, precisamente, una alta redundancia y homogeneidad de sentidos compartidos. Sería pensar en un movimiento paradójico y contradictorio en el cual la masividad de las comunicaciones generaría tanto inestabilidad como equilibrio, diferenciación y homogeneización, variabilidad y estabilización.

### *Bibliografía*

- Almansa Martínez, A. (2011). Reseña de "La realidad de los medios de masas" de Niklas Luhmann. *Razón y Palabra*, 16 (75).
- Becerra, G., & Arreyes, V. (2013). Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann. *Revista Mad*, 47-60.

- Blanco Rivero, J. (2011). 'Observando' la historia de las ideas. Niklas Luhmann y su contribución al debate contemporáneo de las ciencias históricas. *Revista Politeia*, 47(34), 141-170.
- Blanco Rivero, J. (2012). Hacia una teoría operativa del significado. *Ariadna histórica. Lenguajes, conceptos, metáforas*, 41-79.
- Borch, C. (2012). *The politics of crowds. An alternative history of sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Corsi, G., Esposito, E., & Baraldi, C. (1996). *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. México D.F. : Universidad Iberoamericana.
- de los Moneros, G., Osorio García, M., Torres Nafarrate, J., & Esquivel Solís, E. (2012). Imagen turística y medios de comunicación. Una construcción social. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21 (6), 1409-1432.
- Forte, M. Á., Pignuoli Ocampo, S., Calise, S., Palacios, M., & Zitello, M. (2012). Las TIC como problema de la teoría sociológica. Una aproximación conceptual a la comunicación digitalizada desde la teoría general de sistemas sociales autorreferenciales y autopoieticos. *Entramados y Perspectivas*, 2 (2), 205-226.
- García Blanco, J. M. (2003). La construcción de la realidad y la realidad de su construcción: los mass media en la sociología de Niklas Luhmann. *Doxa Comunicación*, 149-170.
- Jonsson, S. (2013). *Crowds and democracy: The idea and image of the masses from revolution to fascism*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lewkow, L. (2017). Nación y sociedad-mundo en la teoría de Niklas Luhmann y algunos de sus continuadores. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales* (72), 202-231.
- Luhmann, N. (1998). *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia*. Madrid: Trotta.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Luhmann, N. (2006). *La sociedad de la sociedad*. México: Herder.
- McClelland, J. (2010). *The crowd and the mob. From Plato to Canetti*. Londres: Routledge.
- Moscovici, S. (1985). *La era de las multitudes: un tratado histórico de psicología de las masas*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Nassehi, A. (2005). Organizations as decision machines: Niklas Luhmann's theory of organized social systems. *The Sociological Review*, 53 (1), 178-191.
- Peña Acuña, B. (2009). La realidad de los medios de masas de Niklas Luhmann. *Vivat Academia*(106), 116-137.
- Pignuoli Ocampo, S. (2015). El programa sociológico de Niklas Luhmann y su contexto. *Revista Mexicana de Sociología*(2), 301-328.
- Sasín, M. (2012). La comunidad de la diferencia. Reverberaciones de la sociología de la comunidad en Niklas Luhmann. En P. de Marinis (coord.), *Comunidad: estudios de teoría sociológica* (págs. 337-368). Buenos Aires: Prometeo.
- Sasín, M. G. (2017). Sociología de las masas. La semántica de lo masivo en los orígenes del pensamiento social argentino. *XXXI Congreso Alas*. Montevideo: Asociación Latinoamericana de Sociología.
- Schnapp, J. T., & Tiew, M. (2006). *Crowds*. Stanford: Stanford University Press.
- Stichweh, R. (2000). Systems Theory as an Alternativa to Action Theory? The Rise of 'Communication' as a Theoretical Option. *Acta Sociológica* , 43 (1), 5-13.
- Stichweh, R. (2005). The Present State of Sociological Systems Theory. En J. M. Santos, *O Pensamento de Niklas Luhmann* (págs. 347-371). Covilã: Universidade da Beira Interior.
- Torres Nafarrate, J. (1999). Ejercicios de rutina para explicar la teoría de Luhmann. *Estudios políticos* (21), 35-50.
- Torres Nafarrate, J. (2000). In memoriam. En N. Luhmann, *La realidad de los medios de masas* (págs. VII-XXIV). Barcelona: Anthropos.
- Torres Nafarrate, J. (2013). Distinciones sorprendentes de Luhmann (otra manera de ver la realidad social). En E. Said Hung (ed.), *Cooperación, comunicación y sociedad. Escenarios europeos y latinoamericanos*. (págs. 100-112). Barranquilla: Universidad del Norte.
- Varela, G. (1995). La teoría de la sociedad de Niklas Luhmann. *Sociológica. Revista del Departamento de Sociología Universidad Autónoma Metropolitana*(27), 71-94.