

Epistemología de la comunicación

Epistemology of communication

Epistémologie de la communication

Epistemologia della comunicazione

Epistemologie der Kommunikation

Epistemologia da comunicação



Esta línea de investigación busca fundamentar tanto las diversas teorías que dan cuenta de la comunicación como el estatuto epistemológico que fundamentan estas teorías, por una parte y, por otra, examinar las diversas corrientes epistémicas desde la cuales puede estudiarse e investigarse el fenómeno comunicacional, a partir de las relaciones entre teoría, episte-

mología, teoría del método y metodología (aspectos técnicos e instrumentales) desde una perspectiva *inter y transdisciplinaria*. Se parte explícitamente del reconocimiento de la *posición pluriparadigmática* de las ciencias humanas, pero se orientan los esfuerzos hacia una visión integradora que permita superar, sobre bases nuevas, la incertidumbre y el vacío axiológico de la racionalidad instrumental que se ha posicionado en el estudio y la investigación de la comunicación, orientándolas a explorar las posibilidades de transformación, reordenamiento social y desajenación civilizatoria y cultural, para lo cual es necesario señalar que ninguna propuesta epistémico-metodológica puede pretender neutralidad valorativa ante la situación que viven nuestras sociedades en el contexto de la llamada *globalización*.

Desde este enfoque el estudio de las diversas teorías, del nivel epistémico, de la historia del campo disciplinar de la comunicación y de su naturaleza *inter y transdisciplinaria*, así como de los diversos enfoques metodológicos, constituyen el contenido de la presente línea de investigación. En esta ocasión editorial contamos con la profesora Blanca Muñoz, que imparte las asignaturas de Sociología de la Cultura de Masas y Teoría Sociológica en la Universidad Carlos III de Madrid. En su último ensayo, *La sociedad disonante* (Madrid, Fundamentos, 2010), Muñoz analiza los nuevos procesos sociales que han conducido a la necesidad de reconstrucción del sujeto en el capitalismo tardío. La autora explicará sobre la transformación, que está ocurriendo en la nueva fase globalizadora del capitalismo, de *la razón instrumental* en *razón cínica* como «uno de los fenómenos que de una manera evidente define la modificación de la interpretación de la realidad en los finales del siglo XX y en los inicios del siglo XXI» que junto a la *Postmodernidad* aparecen como creadores de modelos sociales e individuales.

BLANCA MUÑOZ (España)

Licenciada en Filosofía y en Ciencias Políticas y Sociología, se doctoró en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM, 1983), España. Premio *Extraordinario de Licenciatura*, Mejor Premio *Becario* y Premio de *Investigación Científica* en el año 1982. Profesora Titular de Sociología de la Cultura de Masas y Teoría Sociológica en la Universidad «Carlos III» de Madrid (UC3M), tras haber sido profesora titular de Teoría de la Comunicación de Masas en la Universidad del País Vasco (UPV) durante los años 1983-1990. Ha publicado numerosos estudios, ensayos y artículos académicos sobre la ideología, la cultura y el conocimiento en la sociedad contemporánea, destacando los siguientes libros: *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas* (1989), *Teoría de la Pseudocultura. Ensayos de Sociología de la Cultura y la Comunicación de Masas* (1995), *Whose Master's Voice? The Development of Popular Music in Thirteen Cultures* (1997), *Theodor W. Adorno: Teoría Crítica y Cultura de Masas* (2000), *Medios de Comunicación, mujeres y cambio cultural* (2001), *La Cultura Global. Medios de Comunicación, Cultura e Ideología en la sociedad globalizada* (2005), *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas* (reedición)(2005), *Modelos culturales. Teoría Sociopolítica de la Cultura* (2005). Miembro del Consejo Científico Internacional del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación.

Dirección: Departamento de Ciencia Política y Sociología. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Carlos III C/ Madrid, 128-126 28903 - Getafe (Madrid).

Correo electrónico: bmunoz@polsoc.uc3m.es
Teléfono: +91 6249615
Fax: +91 62495740



Racionalidad cínica y medios de comunicación: los efectos de la postmodernidad

*Cynic rationality and media:
the effects of the Postmodernity*

Recibido: 08/ 02/ 2012

Aceptado: 06/ 03/ 2012

- © De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

RESUMEN

BLANCA MUNOZ

Racionalidad cínica y medios de comunicación: los efectos de la postmodernidad

La Postmodernidad ha modificado radicalmente los Medios de Comunicación de Masas y, sobre todo, la ideología de las sociedades contemporáneas. Para comprender el ascenso de esta reciente ideología es fundamental remitirse al año 1973 y el derrumbamiento de las casas sociales de la ciudad de San Luis en Estados Unidos. El lema de: ¡Cambiar la ética por la estética!, va a resonar como el eslogan del pensamiento postmoderno. Pero la Postmodernidad se convertirá en la ideología de la Globalización situando a *la razón cínica* en el núcleo de un tipo de cosmovisión en donde la banalización, el narcisismo y la crueldad se convierten en conducta habitual y común. En este «fin de la Historia», al que se refería Fukuyama, la razón cínica de la ideología postmoderna va a difundir sus valores mediante un pseudocine, una pseudoliteratura y una pseudofilosofía en donde se refleja una Geopolítica del Caos y de la confusión extendida interesadamente por todo el planeta.

Descriptores: Postmodernidad / Medios de Comunicación de Masas / Globalización / Ideología / Narcisismo / Razón cínica / Geopolítica del Caos.

ABSTRACT

BLANCA MUNOZ

Cynic rationality and media: the effects of the Postmodernity

The Postmodernity has modified radically the Mass Media of Masses and, especially, the ideology of the contemporary societies. To understand the ascent of this recent ideology it is fundamental to send a year 1973 and the demolition of the social houses of the city of San Luis in the United States. The motto of: ¡to change the ethics into aesthetics!, it is going to be sound as the slogan of the postmodern thought. But the Postmodernity will turn into the ideology of the globalization placing to the *cynical reason* in the nucleus of a type of worldview where the frivolity, the narcissism and the cruelty turn into habitual and common conduct. In this «end of the History», to which Fukuyama was referring, the cynical reason of the postmodern ideology is going to spread his values by means of a pseudocinema, a pseudoliterature and pseudophilosophy where is reflected a geopolitics of the chaos and the «confusion» extended deliberately all over the planet.

Keys Words: Postmodernity / Mass Media / Globalization / Ideology / Narcissism / Cynical Reason / Geopolitics of the Chaos.

RÉSUMÉ

BLANCA MUNOZ

Cynic rationality and media: the effects of the Postmodernity

La Postmodernité a radicalementement modifié les Médias de Masses et, surtout, l'idéologie des sociétés contemporaines. Pour comprendre l'ascension de cette idéologie récente il est fondamental de s'en remeter par an et la démolition des maisons sociales de la ville de San Luis aux États-Unis. La devise de: changer l'étiquette par l'esthétique, il va résonner comme l'eslogan de la pensée postmoderne. Mais la Postmodernité deviendra l'idéologie de la Globalization en situant à la *raison cynique* dans la noyau d'un type de «cosmovision» où la frivolité, le narcissisme et la cruauté deviennent une conduite habituelle et commune. Dans cette «fin de l'Histoire», à laquelle se réfère Fykuyama, la raison cynique de l'idéologie postmoderne va diffuser ses valeurs grâce à un pseudocinéma, une pseudolittérature et une pseudophilosophie où se reflète une géopolitique du chaos et de la confusion étendue intentionnellement dans toute la planète.

Mots clés: Postmodernité / Mass Media / Globalization / Idéologie / Narcisismo / Raison cynique / Géopolitique du Chaos.

RESUMO

BLANCA MUNOZ

Racionalidade cínica e mídia: os efeitos do Pós-modernismo

O pós-modernismo mudou radicalmente a massa e, sobretudo, a ideologia das sociedades contemporâneas. Para entender o surgimento desta nova ideologia é fundamental para se referir ao ano de 1973, a demolição de casa sociais da cidade de San Luis em os EUA. Alterar o tema da ética pela estética, vai repercutir como o eslogan do pensamento pós-moderno. Mas o pós-modernismo se tornar a ideologia da globalização, colocando a razão cínica no núcleo de um tipo de visão de mundo em que o comum, o narcisismo e crueldade se tornar um comportamento normal e comum. Neste «fin da História», ele se referiu a Fukuyama, a razão cínica da ideologia pós-moderna vai se espalhar seus valores a través de um pseudocine, uma pseudoliteratura e uma pseudofilosofia que se reflete na geopolítica do caos e da confusão deliberada prologado ao redor do globo.

Palavras-chave: Pós-modernismo / Mass media / Globalização / Ideologia / Narcisismo / Razão cínica / Geopolítica do Caos.

INTRODUCCIÓN

En «*La tesis de la ideología dominante*», Abercrombie, Hill y Turner se plantean el problema clásico en el pensamiento marxista sobre qué se puede considerar como *hegemonía cultural*¹. Este tema que parecía cerrado hace unos años, e incluso, despachado como «un recuerdo del pasado» teórico, renace con inusitada fuerza en los momentos actuales. El retorno de la teoría de Gramsci se hace necesidad ineludible en el tiempo del oscurecimiento de «los mapas cognitivos», tal y como consideraba Jameson que estaba ocurriendo en la nueva fase globalizadora del capitalismo. Para Jameson:



Estos últimos años se han caracterizado por un milenarismo invertido en el que las premoniciones del futuro ya sean catastróficas o redentoras, han sido sustituidas por la convicción del final de esto o aquello (el fin de la ideología, del arte o de las clases sociales; la crisis del leninismo, la socialdemocracia o el Estado del Bienestar, etc.) tomados en conjunto, todos estos fenómenos pueden considerarse constitutivos de lo que con cada vez con mayor frecuencia se llama postmodernismo².

El Postmodernismo o la Postmodernidad nos sitúa ante esa hegemonía cultural en la que se decreta no el «final de la Historia», cuanto su remate y conclusión que acaba no como una gesta heroica sino como «los restos de unas rebajas». La ideología, las clases sociales, la cultura, el proletariado, todo ha quedado «superado» o «en estado de decadencia». Todo... menos los mensajes de los medios de comunicación y sus efectos psicológicos.

En efecto, el desplazamiento de la alienación del sujeto hacia su fragmentación, tal y como considera Jameson, ha devenido en la máxima expresión del ocaso de los sujetos por exigencias de la nueva fase económico-social y cultural del sistema globalizador. Pero esta fragmentación no

¹ Abercrombie, N., Hill, S. y Turner, B. 1987. *La tesis de la ideología dominante*. Madrid, Siglo XXI.

² Jameson, Fr. 1991. *El Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona, Paidós, págs. 9-10.

nace del desajuste de los individuos con sus nuevos medios empobrecidos, sino que, más bien, «ese nuevo sujeto troceado de la Historia» es el resultado de «lo sublime histórico» que la acción postmoderna sitúa como su lógica cultural. En consecuencia, la fragmentación de los individuos no tiene su origen en la quiebra de la educación, de la Historia o de la Modernidad³. Al contrario, la interiorización de los valores y actitudes de esta quiebra son los que han determinado la hegemonía ideológica de una patología cultural que convierte a la alienación en psicología colectiva y al empobrecimiento general en «felicidad organizada». Pero esta invasión del *yo* se desarrolla como un principio de realidad en el que lo consciente deviene en inconsciente, y lo racional en irracional. Es el triunfo de la dominación económica y política actuando sobre las tradiciones culturales y sobre las creaciones estéticas e intelectuales que conformaron la conciencia transformadora de la herencia ilustrada.

La mutación, pues, de la totalidad de la estructura cultural de carácter racional presionada por las industrias culturales difusoras de la Postmodernidad ha actuado sobre los mecanismos simbólicos de la población de manera absoluta, siendo la formación de un «nuevo tipo de racionalidad» su factor ejecutor: *la razón cínica, y sus productos y secuelas*. Postmodernidad y razón cínica han conseguido alterar definitivamente *la percepción de la realidad* y la organización de las subjetividades que quedan indefensas ante la propaganda política y la publicidad comercial. Para comprender qué significa esta llegada de la Postmodernidad y el triunfo de la racionalidad cínica nada mejor que remontarnos a sus orígenes históricos, para después aplicar en una muestra de «productos mediáticos» la acción de tal modo de hegemonía ideológica cultural.

En su libro sobre los comienzos de la Postmodernidad Perry Anderson considera que estamos ante un nuevo modo de presentar la realidad⁴. Esta consideración coincide con la de Klaus von Beyme para quien sus orígenes habría que situarlos en el derrumbamiento de las casas sociales de la ciudad norteamericana de San Luis en 1973⁵. El rechazo de lo que represente un

³ *Op. cit.*, pp. 120-121.

⁴ Anderson, P. 2000. *Los orígenes de la Posmodernidad*. Barcelona, Anagrama.

⁵ Beyme, K. von. 1994. *Teoría Política del siglo XX*. Madrid, Alianza Universidad.

proceso social de índole colectiva con criterios de bien común semeja, para el pensamiento postmoderno, poco menos que Belcebú y su corte de demonios. Hay un rechazo radical a todo lo que, incluso lejanamente, recuerde el proyecto de transformación de la sociedad a partir de regulaciones políticas en defensa de las clases trabajadoras. Esta situación se hace tan obsesiva que tanto para Lyotard como para Derrida, Deleuze o Vattimo, los iniciadores del «pensamiento débil», la defunción de «los Grandes Relatos» –Marx, Kant, Freud, Hegel– es un hecho indudable de su adhesión postmoderna. El rechazo a los autores clásicos va a constituirse en el signo distintivo del pensamiento que se define como representativo de la Postmodernidad. De este modo, la recusación de los esenciales ideales de la Modernidad será el núcleo de tal pensamiento débil, representando *tres aspectos centrales de la Modernidad* los rechazados de manera vehemente tanto por Lyotard como por los ya citados. Estas tres características serán: *la idea de progreso, el concepto de racionalidad crítica y el sentido del análisis histórico entendido desde la posición marxiana*⁶.

La Postmodernidad, por tanto, establecerá una serie de particularidades que son las que singularizan esta forma de pensar, y entre ellas estarán:

- La banalización y frivolidad como formas de entender la realidad.
- El narcisismo como psicología social dominante.
- El consumo entendido como la interacción habitual de la existencia.
- La moda aparece siendo la actividad postmoderna básica.
- La crueldad y el sadismo se hacen conducta corriente.
- El cinismo se constituye en una naturaleza superpuesta al individuo.

Estos aspectos conformarán casi una cosmovisión que será difundida diariamente por los medios de comunicación de masas. Así, medios de comunicación y Postmodernidad finalizarán en un fenómeno inseparable: *la razón cínica*. Esto es, un modelo de interpretación de lo real en el que prevalece lo *acausal* y lo *inconsciente* como pensamiento acorde con el tipo de

⁶ VV. AA. 2002. *La Posmodernidad*. Barcelona, Cairos.

sociedad globalizada. Esta forma de entender la existencia tiene en los mensajes mediáticos su expresión más elaborada, hasta el punto de que algunos estudiosos de los medios afirmarán la influencia de los contenidos comunicativos masivos en la aparición de las recientes psicologías colectivas; matiza a este respecto Jameson:

Pero sería erróneo considerar esta ruptura como un acontecimiento exclusivamente cultural: en realidad, las teorías de la posmodernidad –tanto las apolo-géticas como las que se atrincheran en el lenguaje de la repulsión moral y la denuncia– presentan un acusado parecido de familia con las más ambiciosas generalizaciones sociológicas que, en buena parte al mismo tiempo que ellas, anunciaron el advenimiento o la inauguración de un tipo de sociedad completamente nuevo y a menudo bautizado como ‘sociedad postindustrial’ (Daniel Bell) aunque designado también frecuentemente como ‘sociedad de consumo’, ‘sociedad de los media’, ‘sociedad de la información’, ‘sociedad electrónica’ o de las ‘altas tecnologías’, etc.⁷

La transformación de *la razón instrumental* en *razón cínica* es uno de los fenómenos que de una manera evidente define la modificación de la interpretación de la realidad en los finales del siglo XX y en los inicios del siglo XXI⁸. El nuevo milenio requerirá la acción ideológica intensiva de unos mensajes en los que se repiten de modo continuado los estereotipos en los que se crean, y recrean, esas características a partir de las que se entienden el funcionamiento de la Postmodernidad y la racionalidad cínica como creadores de modelos sociales e individuales. En este sentido, nada más representativo que la difusión de un tipo de cine que difunde y refuerza esta cosmovisión postmoderna y cínica en la que lo descarnado y lo deshumanizado se extiende y generaliza por todo el planeta. A continuación, se analizarán algunas producciones cinematográficas representativas de la propagación de este modelo ideológico entre todos los sectores y grupos colectivos. Finalizaremos nuestro estudio considerando los efectos y la finalidad que tiene este cine desde el punto de vista de sus consecuencias psicológicas e ideológicas sobre la población.

⁷ Jameson, Fr. *Op. cit.*, pp. 13-14.

⁸ Sloterdijk, P. 2003. *Crítica de la razón cínica*. Madrid, Siruela.

CONFUSIÓN, REALIDAD Y FICCIÓN

Siempre se ha afirmado que el cine ha sido al arte más relacionado con el inconsciente. La invención del cinematógrafo por los hermanos Lumière es casi coetánea de la formulación del Psicoanálisis de Freud y, sobre todo, muy cercana de la publicación de «*La interpretación de los sueños*»⁹, obra con la que se abre el Siglo XX al fecharse en 1900 su primera edición. Lo cierto, pues, es que si hay un arte en el que aflora los deseos e impulsos de subconsciente, tal arte no puede dejar de ser sino el cine, como se comprueba en las películas de George Melies en plena ingenua infancia del nuevo arte; o ya en su colosal inicio expresionista con Lang o Murnau.

Un aspecto será inseparable de la estrecha conexión entre cine y Psicoanálisis. Nos referimos al estudio que Freud y, después, Ana Freud harán de *los mecanismos de defensa*. En «*El yo y los mecanismos de defensa*»¹⁰. Ana Freud valorará estos dispositivos psicológicos como formas mediadoras entre los deseos profundos y ocultos de la personalidad o el grupo y *el enmascaramiento* que esas pulsiones tendrán ante la conciencia. En cierto sentido serían algo así como la acción de *la ideología* dentro de los procesos psicológicos operantes en la formación del individuo.

La referencia a los mecanismos de defensa freudianos esta en relación con la característica que el cine va a tener de reflejo y exposición de las estructuras profundas de la conciencia y de la psicología humana. El cine desde sus comienzos expresó procesos mentales que, anteriormente, apenas se habían mostrado o lo habían sido esbozado mediante complicadas técnicas literarias y pictóricas. Pero, ahora, con la imagen cinematográfica las profundidades de la conciencia quedaban al descubierto, y era aquí en donde los Lumière y Freud convergían. En «*El gabinete del Doctor Caligari*» de Wegener y, especialmente, en «*El vampiro de Düsseldorf*» de Fritz Lang se abordaban las simas de la locura y perversidad. La introspección aparecía como el sentido profundo de la creación cinematográfica. La reflexión ética, política o social como en el caso de «*Metrópolis*» confería al cine la categoría de ser *un arte total*, ya que sintetizaba imagen y reflexión, sensación y racionalidad.

⁹ Freud, S. 1983. *La interpretación de los sueños*. Madrid, Biblioteca Nueva, Tomo. II.

¹⁰ Freud, A. 1984. *El yo y los mecanismos de defensa*. Barcelona, Paidós.

La grandeza del nuevo arte estaba en sus posibilidades estéticas e intelectuales; y de forma relevante, el cine permitía lo que el teatro griego clásico había soñado como su objeto de existencia: un distanciamiento crítico ante la realidad¹¹.

Sin embargo, tras la Segunda Guerra Mundial, la modificación de la creación cinematográfica entra en una nueva fase. De las vanguardias creadoras de un cine surrealista y expresionista se pasará a su metamorfosis; y ahora en vez de ser creación artística, el cine va a formar parte de la industria de consumo y de ocio. Hollywood surge como el gigante que engulle a sus criaturas. Es el Frankenstein de la máquina independizada de sus creadores. La nueva fase del capitalismo de masas que después del conflicto bélico se instaura en Norteamérica, requerirá un tipo de producción cinematográfica en el que la estandarización y la homogeneización de sus mercancías entra a formar parte «del negocio» de la ideología. Como muy bien analizó **Theodor W. Adorno** en relación a la Industria de la Cultura:



Bajo los monopolios, toda cultura de masas es idéntica, y las líneas de su entramado artificial comienzan a traslucirse. Las personas situadas en la cúspide no están ya interesadas en disimular el monopolio: cuanto más ostensible se hace su violencia, más crece su poder. Ya no es necesario que el cine y la radio tengan pretensiones artísticas. El postulado de que no son sino negocios se convierte en ideología con el fin de justificar la morralla que deliberadamente producen.

Ambos se titulan industrias; y cuando se publican los ingresos de sus directores, se disipa cualquier duda sobre la utilidad social de los productos terminados¹².

En la formación de la industria hollywoodiense, el ocio y el entretenimiento eran necesidades imprescindibles, sobre todo, después de las privaciones que la Guerra Mundial ejerció sobre la población en su conjunto. El cine musical, la comedieta sensiblonera e insustancial, el humor superficial y

¹¹ Krakauer, S. 1985. *De Caligari a Hitler*. Buenos Aires, Paidós.

¹² Adorno, Th. W. 1981. *La Industria de la Cultura*, en J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot. *Sociedad y comunicación de masas*. México, FCE. p. 393.

ligero..., serán los géneros distintivos de una fase en la que «el olvido» de los sufrimientos pasados y el tiempo de la reconstrucción económica y política hacen prevalecer el triunfo de una industria volcada sobre «los astros» de la pantalla, como muy bien estudio Edgar Morin en «*El espíritu del tiempo*»¹³. La etapa postbélica se cierra con la llegada de la época de un desarrollismo de los años sesenta que generará la formación de un fenómeno nuevo: la aparición de la cultura juvenil.

Los conflictos estudiantiles de los años sesenta y setenta del siglo pasado en las Universidades de Berkeley, París y Berlín, más las protestas por la guerra de Vietnam y de Indochina, sumadas al malestar racial y social, son el caldo de cultivo para que la Industria del Cine imprima un rumbo ideológico diferente a sus mercancías. Nace un cine para jóvenes y adolescentes que, en un primer momento, conectaba con las movilizaciones contraculturales de la época. Hippies, rebeldes o mods en «*Quadrofenía*», «*Easy reader*» y en «*Tommy*», o desde un punto de vista «más ortodoxo» en «*Jesucristo, superestar*», aparecían en la pantalla unos jóvenes «hastados» de los beneficios de la sociedad de consumo y de sus privilegios. Esta situación se alterará de manera profunda con la llegada de los años ochenta y noventa, y la modificación de la fase de capitalismo internacional.

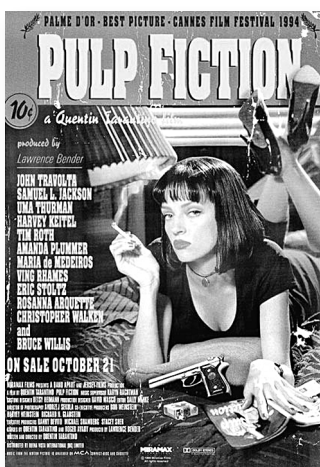
Cuatro tipos de capitalismo podemos taxonomizar desde los comienzos del Siglo XIX hasta nuestros días: *el capitalismo Industrial* (1815-1929), *el capitalismo de Masas* (1929-1973), *el capitalismo Postindustrial* (1973-1989) y el actual *capitalismo Global* (1989-). Estas etapas coinciden con momentos históricos fundamentales. Así, el capitalismo industrial se cierra con el Crack del años 29, el capitalismo de Masas se modifica con la primera crisis del petróleo, el Postindustrial y de Guerra Fría finaliza con el derrumbamiento del Muro de Berlín y la Globalización, en la que estamos, se caracterizará por sintetizar las contradicciones de las fases anteriores y las provenientes del «triunfo» del modelo económico, social y cultural neoliberal. De esta forma, si el cine de los años de posguerra, del desarrollismo y de la postindustrialización evidenciaba la ideología característica de *la hegemonía cultural* del momento, en los comienzos del tercer milenio la Postmodernidad aparece como la pauta valorativa y cosmovisiva dominante. Y en esta pauta,

¹³ Morin, E. 1966. *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid, Taurus.

la razón cínica se convertirá en *el mecanismo de defensa* de todo el sistema económico y político en su conjunto.

Nos encontramos, por tanto, en un momento en el que confusión, realidad y ficción se han mezclado y combinado como en una coctelera se revuelven los licores. Sin embargo, en ese maremagnum las características del pensamiento postmoderno sobresalen como los cubitos de hielos en las copas. Y de este modo, la banalización, la nimiedad, lo satírico... van a predominar como actitudes generales de un tipo de creación cinematográfica en la que a esos elementos se une un ingrediente reciente: una modalidad de sadismo y morbosidad jocosos. Es la ideología dominante en la que se refleja, y aparecen, los mecanismos psicológicos profundos e inconscientes de los gestores del sistema y de las industrias culturales como analizaremos a continuación.

DEL CINE DE ENTRETENIMIENTO AL CINE DE LA IDEOLOGÍA POSTMODERNA



Como ya hemos comentado, en las décadas de posguerra se hizo una necesidad urgente el olvidar el tiempo de la guerra. La distracción se convirtió en un imperativo político, y a ello acudieron las Industrias Culturales con su doble intención: como negocio y como ideología. En esta dualidad en los primeros años de los monopolios hollywoodien- ses prevalecieron los aspectos del negocio económico, y aunque la ideología siempre actúo en las películas y en el cine de estos años, sin embargo se contrataban autores y guionistas de indudable prestigio creador. Esta situación se va a alterar en los años ochenta y

noventa del siglo pasado.

Anteriormente nos hemos referido a los procesos que influyen en la hegemonía cultural del pensamiento postmoderno. Ahora, vamos a centrarnos en «las mercancías» que divulgan esta ideología. Hemos recogido una muestra que consideramos representativa de este tipo de cosmovisión glo-

balizadora. A este respecto, haremos alusión a una serie de películas que reflejan los valores de esta concepción ideológica dominante. Para realizar esta pequeña muestra de filmes característicos de la Postmodernidad, nada mejor que el género de las comedias de humor para localizar los criterios de esta reciente perspectiva. A continuación por tanto, expondremos algunos títulos cinematográficos para comentarlos más tarde en nuestro estudio.

Varias son las películas representativas de esta tendencia postmoderna, siendo el cine de **Tarantino** el que de una forma más evidente expresa «este ideario». Su película «*Pulp fiction*» introdujo los elementos centrales de esta corriente:

- a. La banalización de lo que hasta la fecha se había considerado serio y reflexivo.
- b. El humor entendido como degradación y humillación.
- c. La confusión entre la verdad y la falsedad.
- d. La «falsa conciencia», en su sentido de alienación y enajenación, presentada como la psicología habitual de nuestras sociedades.

En general, a las características señaladas se unirán la misoginia como un tema recurrente de los prejuicios y estereotipos que se expanden en numerosas películas actuales.

En el film «*Cachitos picantes*» («*Picking Up The Pieces*») un carnicero en un ataque de celos asesina a su mujer. A partir de esta situación, «el humor» provendrá «del problema de cómo deshacerse» del cuerpo sin levantar sospechas. «Lo gracioso» provendrá de las malas interpretaciones que «los cachitos picantes» provocan en los espectadores. Los sobrentendidos son constantes en el cine postmoderno. En «*Todos la querían... ¡Muerta!*» se investiga si la odiada Mona Dearly ha sido asesinada o ha tenido un simple accidente de



tráfico. A lo largo de la película «*Tú asesina que nosotras limpiamos la sangre*» «se juega», de nuevo, con «el falso asesinato» y fingido terror prohibido. La fascinación por lo ilegal y lo vedado aparece, y reaparece, continuamente en este cine (el canibalismo, el incesto, lo repulsivo, etc.) se sugiere de «manera divertida» como se anuncia en la publicidad de tales películas. «*Miedo y asco en Las Vegas*» («*Fear and Loathings in Las Vegas*») es un compendio de muchos de los temas de la Potmodernidad que ha valorado siempre a Las Vegas como el monumento al Kitsch y a la fealdad arquitectónica, pero que, asimismo, han elevado a esta ciudad a la categoría de paradigma de la nueva concepción de la realidad.



Mención aparte merece el cine para pre-adolescentes y jóvenes tipo «*Porkys I*» y «*Porkys II. Al día siguiente*». Los tópicos de una juventud alocada y enloquecida pululan por todas estas producciones (la ridiculización de la virginidad, la juega, la burla de la bondad, el escarnio de la educación, etc.) son algunos del relicario de tópicos que durante casi tres horas buscan la complicidad de un público embotado por la cultura de masas y sus artilugios tecnológicos. Esta «saga» de los *Porkys* ha recibido un refuerzo con los «*Waynes World*» («¡¡Qué desparrame!!») en sus diversas series de filmes. El título de «desparrame» ya anuncia el humor grosero y vulgar con el que «se divertirán» esos adolescentes y jóvenes que constituyen el auténtico filón ideológico de la futura ideología postmoderna.

En definitiva, nos hemos referido a algunos de los títulos más distintivos de este cine surgido en los últimos años. Como se observa, es un tipo de «humor» en el que la canalización del asesinato, de la ferocidad y de la crueldad es una de las señas representativas de «estas mercancías» de la Industria de la Cultura para masas. No es de extrañar que el caníbal «Aníbal Lexter» se haya presentado en el cine como un personaje más del «florilegio de héroes» contemporáneos. La antropofagia, «el comernos los unos a los otros», en su fondo ya estaba presagiado en la frase hobbesiana de

«Leviatán»¹⁴ con su «*Homo hominis lupus est*». Esto es, la competitividad y la brutalidad como programa y forma de existencia. Y en esa brutalidad el insensibilizar a los espectadores mediante «una barbarie humorística» ha devenido en uno de los mecanismos ideológicos más rentables de la Industria del Audiovisual. Pero, sus consecuencias se comprueban día a día en la anomia cultural y social que nos rodea.

¿SADE O ROUSSEAU?: LA DIALÉCTICA DE LA RAZÓN CONTEMPORÁNEA

El auténtico temor de Adorno nacía del espanto ante *las estrategias de la desdramatización* del espectáculo del mundo; o mejor dicho, de la Historia. El recelo ante las orientaciones frívolas que la ideología de las sociedades postindustriales iba adquiriendo, implicaba la renuncia a la aparición de unos individuos emancipados en la nueva sociedad de post-guerra. La configuración de un sistema económico, político y cultural en el que la dominación colectiva se inscribía en la conciencia de los ciudadanos, significaba la auténtica quiebra de los ideales y exigencias de la aclaración racional de la realidad. «El hedonismo publicitario» se superponía sobre el profundo sentido de la búsqueda de una transformación *de todos y para todos*.

Pero la gravedad del hedonismo publicitario de la Industria del Ocio y del Entretenimiento no estará en la mera adaptación de los ciudadanos al cerrado «mundo» de la diversión de consumo, cuanto en la imprescindible necesidad de promover *el bloqueamiento y asedio* de aquellas creaciones y actitudes humanas en las que se aviven las esperanzas y los sentimientos de una sociedad más humana y compasiva. Precisamente, los pilares ideológicos post-industriales del capitalismo tardío van a centrar sus orientaciones en un violento ataque a la emotividad y a los sentimientos que reivindican un sentido de *lo humano* entendido como una reflexión solidaria sobre *las causas de nuestra infelicidad colectiva*.

Será de tal magnitud la embestida contra las reflexiones que tratan de instaurar *otras* relaciones humanas y sociales, que se han ido acrecentando los contenidos y mensajes comunicativos hegemónicos referidos a *la exaltación de la demencia y la alienación*. Los mensajes *mediáticos* no dejan lugar

¹⁴ Hobbes, Th. 1979. *Leviatán*. Madrid, Editora Nacional. También es interesante repasar: Macpherson, C.B.: *La teoría política del individualismo posesivo*. Barcelona, Fontanella, 1970.

en tal exaltación. De las películas hollywoodienses de diversión frívola de las décadas de los años cincuenta y sesenta del siglo XX, se ha pasado a las orientaciones de una insoportable crueldad y vileza presentada como espectáculos. Este es el triunfo de la Postmodernidad destinada a confinar la conciencia de los ciudadanos en el miedo y la inseguridad. La *regresión de las psicologías individuales y colectivas* significará el mayor éxito tecnológico del neocapitalismo globalizado¹⁵. En este sentido, analizaremos por último cómo se provoca esta dinámica cultural y comunicativa en la que sus direcciones ideológicas no se fundamentan tanto en incentivar las necesidades de consumo de los ciudadanos-receptores, cuanto especialmente en desarrollar un tipo de *subjetividad salvaje* acorde con las finalidades bélicas y productivas de esta sociedad global.

Uno de los libros peor comprendidos del siglo pasado ha sido «*La dialéctica de la Ilustración*» de Adorno y Horkheimer¹⁶. En éste se planteaba la más certera reflexión sobre en qué momento el pensamiento ilustrado que consideraba que libertad y racionalidad eran inseparables, había entrado en su retroceso y fractura. La frase que resume esta convicción no puede dejar sino «*los hombres, en lugar de progresar hacia una condición cada vez más civilizada, caen en una nueva especie de barbarie*». Pero el nuevo salvajismo no va a provenir únicamente de la brutalidad producida por la incultura, sino por los instrumentos de la productividad y de la tecnología más sofisticada puestos al servicio de la anulación de las propias capacidades de los ciudadanos. Es la quiebra de las inteligencias y de las sensibilidades. Y en esta situación, el tercer capítulo de la «*Dialéctica de la Ilustración*» titulado «*Juliette o ilustración y moral*»¹⁷ ofrece la más detallada y profunda explicación sobre la descomposición ética de la ilustración burguesa. El triunfo definitivo del «*libertino*» sadiano se sobrepone sobre «*el buen salvaje*» de la filosofía de la compasión de Rousseau.

Un análisis detenido de este capítulo centra la dirección emprendida por el neocapitalismo a lo largo del siglo pasado. En efecto, si hay un eje en

¹⁵ Ver la vigencia de este análisis de Freud, S. 1974. *Lo siniestro*. Madrid, Biblioteca Nueva. Tomo. VII

¹⁶ Adorno, Th. W. y Horkheimer, M. 1971. *La dialéctica de la Ilustración*. Buenos Aires, Sur.

¹⁷ *Op. cit.*, pp. 102-146.

el itinerario ideológico de las dimensiones humanas y comunicativas emprendidas por *la lógica de la dominación postindustrial*, éste no deja de ser sino la incentivación de las tendencias psicológicas que nos sitúan en la citada guerra hobbesiana de «todos contra todos». En esta contienda ideológica la integración de los individuos se realiza a partir de una propensión a *la crueldad-culpabilidad* que defiende ideológicamente las contradicciones del sistema. Es decir, la reorganización de las psicologías sociales encauzadas hacia la agresividad y la violencia significan *un nuevo tipo de adoctrinamiento* llevado a cabo por medio del ocio y del entretenimiento programado. Más, esta subordinación de los individuos a las formas ideológicas más irracionales requerirá un análisis exhaustivo de sus procedimientos. Y a este respecto, de nuevo, el capítulo sobre la obra del marqués de Sade nos pone en la pista de las estrategias de la nueva alienación y del nuevo salvajismo globalizante.

Si repasamos, en concreto, las obras de Sade especialmente las dedicadas a su «ontología de la crueldad», lo primero que llama la atención es *el cinismo* con el que se describen las más inhumanas acciones. Ese cinismo se presenta revestido de «una falsa inocencia» y de «un relator oculto» que nos narra los hechos más crueles e inhumanos como una mera descripción «de la naturaleza humana». Hay una interesada identificación entre «animalización instintiva» y «esencia humana». Lo propiamente humano, para Sade, son los instintos más cercanos y próximos a «un hedonismo» de la degradación y la humillación. Humillación y degradación que se convierten en las únicas relaciones humanas posibles y realizables.

Era evidente que en la lucha entre capitalismo y cambio social acaba-se triunfando un modelo de psicología en el cual se reflejaba el principio subyacente de la totalidad del sistema: la dominación asumida psicológicamente como unas formas de subjetividad sumamente regresiva y despiadada. La complejidad que tiene esta ideología de la crueldad vendrá a significar que los controles represivos y la dominación están interiorizados en unos tipos de personalidad en los que *la humillación se constituye en una actividad cotidiana*. La ideología en cuanto manipulación deja de ser un proceso sociológico externo a los individuos para devenir en un fenómeno psicológico insertado en las conciencias que, ahora, serán planificadas desde

las estructuras comunicativas y mediáticas del poder. Como analizaron Adorno y Horkheimer, un eje central impulsará el comportamiento autoritario: la humillación a los que se consideran «débiles» y la identificación con los que se valoran como «fuertes»¹⁸. En esta nueva dialéctica hegeliana entre «amo» y «esclavo» reaparecerá el fantasma del sadismo, sólo que ahora elevado a la categoría de relación cotidiana interpersonal y colectiva. En esa difusión ideológica los medios de comunicación y su adherida Industria Cultural esparcen, propagan y divulgan *la diversión autoritaria y brutal*.

Sin embargo, la victoria de Sade sobre el proyecto ilustrado de conseguir una sociedad civilizada y una colectividad internacional justa, no sería completa sin un ingrediente básico para esta conquista total de las sociedades nacionales e internacionales: *el cinismo de la Postmodernidad*. El marqués se nos ha hecho postmoderno. Y en esta mutación y camuflaje, las víctimas serán presentadas como verdugos y los verdugos como filántropos y generosos. Será la llegada de una nueva modalidad de ideología en la que nada se enmascara como había sido la característica del pensamiento ideológico pero que, al mismo tiempo, todo queda trastocado haciendo que la ocultación ideológica se haga evidente en forma de lo cruel y de lo cómico. Y de esta forma, la aparición de la ideología en las nuevas producciones de la Industria del Ocio deviene en *la ideología como forma de vida*. La aceptación así de unas sociedades anómicas, sin normas ni racionales ni éticas creará un conformismo sin salidas ni posibilidades en la búsqueda de un tiempo emancipador. La negación que las Industrias de la Conciencia imponen al pensamiento racional en las presentes sociedades, demostrará que Sade ha derribado y reconstruido, como proclaman los defensores de la Postmodernidad, *gran parte de la psicología humana*: la compasión y la empatía hacia el sufrimiento de los otros y, sobre todo, se ha derruido la lealtad y el valor universal que siempre tendrá la defensa del género humano.

¿CONCLUSIONES?: HUMILLACIONES POSTMODERNAS

El siglo XXI ha recogido el modelo bipolar con el que se cerraba el siglo XX. Pero la oposición Este-Oeste, en el presente, se ha convertido en con-

¹⁸ Adorno, Th.W. y Horkheimer, M. 1967. *La personalidad autoritaria*. Buenos Aires, Proyección.

frontación Norte-Sur¹⁹. El modelo bipolar no sólo sigue siendo económico-político cuanto, radicalmente, económico-cultural. La economía ha ido royendo la historia. Ávidamente y con una codicia ilimitada los defensores del nuevo Sade económico y su razón cínica no tienen límites en su corrupción y perversión. Se daña a la infancia, a los trabajadores, a las mujeres, al planeta. Todo se ocupa como negocio y utilidad. Pero en esos daños irreversibles (¿quién devolverá la infancia a los niños y la dignidad a tantos hombres y mujeres del planeta?), la irresponsabilidad y la avaricia se presentan, y representan, como «virtud y benevolencia». Nunca como en el presente se asiste a tantas conferencias, congresos, asociaciones, organizaciones... en las que «se aplacan y amansan» a unos políticos, intelectuales y, también, a la población más consciente, con resoluciones, dictámenes y convenios para «eliminar» las causas de la corrupción. Mas, el hambre y la pobreza siguen matando a millones de personas cada día y enfermedades leves exterminan miles de habitantes del planeta. Era la frase de uno de los autores de la teoría Crítica cuando afirmaba que «el mayor especulador de trigo del planeta patrocinaba congresos para conocer cuáles eran las causas del hambre en el mundo». Esta ironía cínica hoy se ha hecho habitual. El cinismo que ha conllevado la visión postmoderna sobre la realidad, puede «lamentarse» de la depauperización de grandes zonas de África en un restaurante de cinco tenedores, pero también puede gemir y sollozar con una de las múltiples producciones hollywoodienses sobre la guerra mundial sin acordarse de los casi ochenta conflictos bélicos larvados que continúan aún vigentes, y como herencia, de aquella guerra internacional. El autoritarismo al hacerse cinismo añade la confusión para tranquilizar las conciencias ciudadanas. Sin embargo, la sobrealienación ideológica del Primer y Segundo Mundo y la sobreexplotación económica en el Tercer Mundo no dejan de acrecentarse y agravarse de día en día.

Las humillaciones postmodernas nacen de *los estados de conciencia* a los que han sido conducidos los habitantes del planeta en su conjunto. La planificación de las psicologías colectivas con técnicas y estrategias comunicativas cada vez más sofisticadas modifica de modo fundamental la percepción y el conocimiento de la realidad. Lo real ha devenido en *virtual*. Realidad y

¹⁹ AMIN, S. 1998. *El capitalismo en la era de la globalización*. Barcelona, Paidós.

ficción se confunden con disimulo e hipocresía mediática. Y en esta ilusión virtual, lo auténtico y cierto que sigue siendo la humillación y dominación de millones de ciudadanos anónimos e ignorados, se presenta como «espectáculo de la miseria» para los gestores del planeta. El postmoderno así se ha convertido en el prototipo del hombre del siglo XXI. Está en todas partes, pero en ninguna se siente «molestado» por las humillaciones colectivas y la miseria. Desde el turista sexual al excursionista del safari africano al espectador del nuevo «cine», nada ni nadie le alteran. Son los pequeños Sades de una época de vacío postmoderno. «Yuppies» en tiempo de ocio, jóvenes que ríen ante escenas crueles y feroces, «white collars» en momentos de diversión erótica con niños o mujeres pobres e emigrantes. Éste es «el universo» del entretenimiento insolente y deshonesto. Es el nuevo mensaje comunicativo para habitantes adaptados e indiferentes. ¿Es el futuro de un tiempo postmoderno?