

Cultura de masas: una lectura de los caminos

Blanca Muñoz*

RESUMO

A autora desenha os caminhos e as teorizações sobre a cultura de massa, a partir de suas bases filosóficas, concentrando sua atenção na dupla influência de Marx e Freud e nos seus desdobramentos subsequentes: escola de Frankfurt, estruturalismo, construtivismo e o neomarxismo da pós-modernidade.

Palavras-chave: Frankfurt; neoestruturalismo; construtivismo; neomarxismo.

SUMMARY

The author focuses many theories over the mass culture, through its philosophical principles. She concentrates her attention on the influence both Marx and Freud had about the following systems of ideas: Frankfurt theory, structuralism and neostructuralism, constructivism and neomarxism in the postmodernity.

Key-words: Frankfurt; neostructuralism; constructivism; neomarxism.

RESUMEN

La autora dibuja los caminos de las teorizaciones sobre la cultura de masas, a partir de sus bases filosóficas, concentrando su atención en la dupla influencia de Marx y Freud en sus desenvolvimientos posteriores: escuela de Frankfurt, estructuralismo y neoestructuralismo, constructivismo y neomarxismo de la posmodernidad.

Palabras claves: Frankfurt; neoestructuralismo; constructivismo; neomarxismo.

Se podría afirmar que la investigación norteamericana sobre la cultura de Masas está centra en el tema de la comunicación y está marcada y definida por su desarrollo en épocas de transición entre guerras, tanto mundiales como locales. Europa, a su vez, comienza a analizar la naturaleza de los nuevos sistemas de comunicación desde finales de la Primera Guerra Mundial. Ahora bien, esta explicación se dirige en un primer momento al tema de la prensa y de sus conexiones sociopolíticas. Sin embargo, a lo largo de la historia europea puede rastrearse el interés por la comunicación, entendida como lenguaje y proceso de la razón (“logos”), desde los orígenes de nuestra cultura.

Pensamiento, racionalidad y lenguaje serán las tres constantes de la reflexión sobre la comunicación y sus estructuraciones. La comunicación, desde sus primeras formulaciones, se podría dividir en dos posiciones diferenciadas: la universalista, representada por Platón, y la convencionalista cuyos autores más relevantes serán los sofistas. Para la primera posición, las formas y estructuras del lenguaje son universales y son las mismas (formalmente) para cualquier ser humano (innatismo), con unos contenidos y unos significados de carácter racional-universal. Mientras que para los representantes del convencionalismo, el lenguaje es un fenómeno social (histórico) y sus significados se muestran variables según sus condicionantes.

A partir de estas dos perspectivas se pueden clasificar los diferentes planteamientos gnoseológicos y epistemológicos sobre los fundamentos del hecho comunicativo que en la reflexión europea se han ido desarrollando. Desde el Racionalismo francés y el Empirismo inglés del siglo XVII hasta las corrientes más relevantes del pensamiento del siglo XX, se puede considerar

que subyace este planteamiento. El problema del conocimiento pasa a ser el centro del análisis en el que se enmarcará la comunicación. El filósofo inglés Francis Bacon será el iniciador de la consideración del conocimiento como procesos de transmisión de prejuicios. El problema del conocimiento social considerado como conocimiento deformado – esto es: ideológico – se convierte en el tema esencial y permanente de la investigación en la delimitación de las conexiones entre estructura económica, política y cultural y la conformación de las psicologías colectivas. Con este planteamiento se abre una filosofía precursora en el estudio del fenómeno ideológico que supondrá posteriormente una de las líneas básicas del estudio de la comunicación y de la Comunicación de Masas definida como mediación tecnológica entre la población y los grupos de poder y de presión.

Con la obra de Marx se entra ya de una manera directa en la génesis de la explicación contemporánea de los fenómenos colectivos. Dos autores determinantes hay que reseñar como los precursores evidentes de lo que será el posterior estudio cultural-comunicativo europeo: Karl Marx y Sigmund Freud. Sin sus respectivas contribuciones se carecería de unos niveles conceptuales y temáticos primordiales. A estas líneas precursoras hay que agradecer el enfoque, por un lado, histórico y, por otro, la compleja formulación del inconsciente como instancia soterrada y subyacente de la personalidad. Aspectos éstos que orientan hacia el funcionamiento superestructural y los principios inconscientes como áreas específicas de la Cultura de Masas.

Karl Marx y Sigmund Freud: los precursores del análisis contemporáneo

La teoría y el método marxianos son, ante todo, un sistema conceptual global sobre la interacción entre ser humano y condiciones medio-ambientales. Tanto la colectividad como el individuo tienen que ser comprendidos como

fenómenos históricos. La gran aportación de Marx se mueve sobre el concepto dialéctico de naturaleza humana y sus relaciones entre conocimiento y realidad social. Para Marx, la sociedad se organiza a partir de una infraestructura material-económica y una superestructura ideológica. El proceso de producción y tecnológico determina el modo infraestructural, mientras que las ideas que se le superponen condicionan la cosmovisión general de una época o de una sociedad. De esta forma, Marx definirá como superestructuras al conjunto de ideas, creencias, certezas y procesos en los que la conciencia articula su interpretación de la realidad. En tal sentido, las superestructuras determinan la ideología o ideologías en cuanto que representan el sistema de ideas y de actitudes que los miembros de una sociedad siguen subyacentemente, o en terminología freudiana posterior, de un modo inconsciente.

La ideología, pues, funcionará a través de múltiples y variados procesos que culminan históricamente y llegan a su máximo apogeo con la consolidación del modo de producción industrial y técnico de la sociedad capitalista. Para Marx, la sociedad capitalista es la sociedad de la alienación. Y en este sentido, toda la obra marxiana se explica desde la formulación de este concepto. La totalidad de la obra de Marx sólo se explica como una monumental reflexión sobre las causas de la alienación en la sociedad históricamente pasada y, fundamentalmente, en la sociedad que es la síntesis de lo anterior: la sociedad regida por las leyes del capital y del mercado. Así, para Marx, el ser humano es un ser conformado a medida que va progresando en la Historia. Pero esta evolución que teóricamente supondría un alto grado de humanización, no se lleva a cabo desde el momento en el que la división en clases sociales y los antagonismos entre grupos lo impiden. En la práctica, la estructura psíquica – totalmente moldeable – permanecerá en unos niveles subhumanos. Estos niveles en los que el individuo no es capaz de entender la realidad en la que está

inmerso, se agudizan cuando en el proceso productivo aparece la diferenciación social por clases. Clases en las que Marx distingue una clase dominante y una clase dominada, estableciéndose como categoría de análisis esencial el concepto de “trabajo”, ya que el distinto lugar ocupado en el proceso productivo será el que determine no sólo las condiciones materiales de existencia, sino, sobre todo, el desarrollo humano e intelectual del sujeto. Para Marx, en estas condiciones se manifiesta el fenómeno de la alienación, concepto sobre el que tiene que entenderse el sentido último de la obra marxiana puesto que ésta no es sino un titánico esfuerzo por devolver al ser humano las posibilidades de su propio desarrollo histórico, siguiendo aquí el proyecto hegeliano del desenvolvimiento de la racionalidad en la Historia.

La alienación, entonces, significa el origen de la situación histórica del sujeto y la colectividad. Ahora bien, entre el hombre y el “otro hombre” es en donde se produce una escisión irreconciliable. A tal escisión es a la que Marx denominará como relación alienada. Y esta relación falsa se fundamentará en la separación, en un determinado estadio de desarrollo, entre el ser real y sus creaciones. La contradicción entre el ser que produce y lo producido repercute no sólo en lo económico sino, fundamentalmente, en lo psicológico. La ideología, por tanto, resulta ser un proceso en el que la alienación en cuanto pérdida de la propia esencia humana por causas económico-sociales, articula la conciencia introyectando los intereses y valores ajenos al sujeto dominado. Para Marx, la clase dominante eleva sobre la infraestructura económica una superestructura ideológica que sirve para justificar el proceso de dominación colectiva.

Conjuntamente con la alienación, Marx considerará que se dan en las superestructuras ideológicas otros fenómenos añadidos. El fetichismo definido como el paso del objeto a sujeto, de la mercancía a símbolo personalizado,

y la cosificación explicada como la conversión del sujeto en objeto – en una pura “cosa” – a causa del funcionamiento productivo. El capitalismo, en este sentido, se constituirá en el “reino de las mercancías” y tanto la alienación como el fetichismo y la cosificación pasan a ser formas “comunes” de la existencia humana. De este modo, Marx señalará una serie de características que cumplen las superestructuras ideológicas y sus procesos, entre éstas estarían: la ideologización individual y colectiva a partir de unos valores homogéneos y la formación de una cosmovisión en la que la “falsa conciencia” obstaculiza la percepción de los intereses específicos de las clases y grupos subordinados. En definitiva, la mediación ideológica gravita como el factor que condiciona todo el ciclo de la dominación.

Marx estableció la primera y precursora metodología crítico-histórica adecuada para lograr un estudio ajustado de las superestructuras ideológicas, así como de sus fenómenos interrelacionados tales como la alienación, el fetichismo, la cosificación o el tema de las necesidades falsas -las creadas en contra de los intereses del propio sujeto en su situación laboral y social-. Con la crítica marxiana se emprende ya la interpretación metodológica de las condiciones en las que se desenvuelve la conciencia humana. Las mediaciones de cada fenómeno social, y sus implicaciones sobre las ideas, abren el camino a las posteriores ciencias que interrelacionarán lenguaje y comunicación con conciencia y sociedad.

Sigmund Freud tiene que ser valorado como el otro creador de un tipo de análisis que va más allá de las apariencias. Marx y Freud retoman el tema griego de la distinción entre “apariencia” y “ser”, entre “opinión” y “razón”. Pero, ante todo, Freud aporta un sistema de conceptos y un método de carácter psicoanalítico sin los que la posterior Sociología de la Comunicación se vería incompleta. El descubrimiento del inconsciente

y de los elementos irracionales actuantes en la conducta humana se estructurarán en dos líneas de investigación. Por un lado, el Psicoanálisis dedicado al estudio de los procesos inconscientes desde el punto de vista individual. Pero, por otro, la Metapsicología en la que el conocimiento de los fundamentos inconscientes del comportamiento de Masas abre una de las direcciones más fértiles de la comprensión de lo simbólico.

La teoría freudiana en donde se va a mostrar extremadamente fecunda va ser en en la clarificación de la dinámica comunicativa masiva. El sujeto receptor aparecerá estructurado por una dinámica psíquica sometida a conflictos internos con unas funciones y unas características objetivamente cognoscibles. El ser humano deja de ser una singularidad inmodificable para devenir en un complejo sistema de interrelaciones históricas y sociales. Las necesidades institivas reprimidas son evidenciadas con la aparición de la historia de lo inconsciente. El retorno de lo reprimido denunciará la historia silenciada de la civilización. En las actuales sociedades post-industriales, esta historia silenciada aflorará en la simbología de la cultura industrializada. El inconsciente y sus procesos se hacen más patentes en los medios comunicativos que los principios de racionalidad. Freud al replantear el papel que los instintos juegan en la estructura social, aportó los instrumentos interpretativos desde los que poder actuar sobre el sistema de los instintos. Así, en las sociedades de Masas se han conseguido conocer y asimilar los elementos instintivos destructivos. La estructuración y control que sobre las Masas puede ejercer una acción comunicativa científicamente elaborada de tipo persuasivo ha comprobado el pesimismo con el que Freud siempre se refirió a la especie humana y a sus creaciones. Para Freud, la Metapsicología nos enseña que el inconsciente puede ser estructurado sobre el principio destructivo de Thanatos frente al creativo de Eros. En este punto, la ansiedad

colectiva que conlleva un comportamiento de carácter sado-masoquista y la aparición de líderes en los que el principio de dominación social es el eje de su conducta, son algunos de los problemas que Freud va a señalar como posibles de una sociedad en la que se incentiva y se motivan los fines inconscientes del comportamiento. Esta visión apesadumbrada que Freud mantendrá, desgraciadamente se hará realidad cuando Goebbels utilice todos los resortes e instrumentos de la Psicología Social para mantener y perpetuar un sistema social justificado comunicativa e ideológicamente sobre los motivos inconscientes y residuales de la “diferencia” entre razas.

La fundamentación temática de la investigación sobre la Cultura de Masas: la síntesis de la Escuela de Frankfurt

No se puede entender la investigación sobre la estructura y función de los medios de comunicación en la creación de un nuevo modelo cultural sin tener muy presente la síntesis llevada a cabo de las obras de Marx y Freud por los autores de la Teoría Crítica. Marx y Freud abren el núcleo de las posteriores interpretaciones que sobre la conexión entre “mass-media” y cultura va a ser el hilo conductor: la ideología y sus estructuras sociales de transmisión y difusión. En este sentido, si se repasan las tres grandes corrientes de análisis que han estudiado las complejas dimensiones de la Cultura de Masas: la Escuela de Frankfurt, el Estructuralismo comunicativo y las Semióticas o Semiologías (según se utilice su denominación norteamericana heredada de Charles S. Peirce más centrada en la lógica o la denominación europea de influencia lingüística saussuriana), nos encontramos con que serán los procesos de mitologización e ideologización colectivos los que vertebran sus planteamientos.

Existe una distinción primordial a la hora de establecer una comparación entre la investigación

norteamericana y la investigación europea. La gran mayoría de los sociólogos y comunicólogos norteamericanos, salvo algunas aportaciones de Daniel Bell, Edward Shils o Dwight MacDonnald, giran sobre la “estructura y función” de la comunicación y de sus sistemas tecnológicos. Mientras que la investigación europea se centrará de una manera básica sobre la Cultura de Masas y sus procesos y efectos. Tal distinción se hace necesaria ya que permite un conocimiento pormenorizado de sus propuestas y conclusiones de cada tradición investigadora.

Pues bien, la Escuela de Frankfurt (Ver), sintentizando a Marx y a Freud, se tendrá que enfrentar al ascenso del irracionalismo político que el Nazismo encarna. Para la Escuela de Frankfurt, las superestructuras ideológicas en las sociedades post-industriales establecen un cierto tipo de dominio más sutil y peligroso que el mero dominio sustentado en la explotación física y económica. Para los críticos de Frankfurt, se ha logrado una identificación entre poder y conciencia a través del control de los mensajes de la comunicación masiva. Los “mass-media” conformarán la base material de la ideología, patentizada ésta en la industria de la cultura y de la conciencia.

Resumiendo las principales tesis de la Escuela, ya que ésta se expone en otro artículo, se puede afirmar que es en el capítulo “La industria de la Cultura. Ilustración como engaño de masas”, inserto en el libro *Dialéctica del Iluminismo*, esboza el tema de la identificación entre Poder y consumo, con la mediación de las industrias económicas de la cultura masiva. La cultura-comunicativa supone un rebajamiento de los contenidos, apelando a lo instintivo y con fuertes dosis de primitivismo, de manera que se potencia un tipo de personalidad en la que el autoritarismo latente es un caldo de cultivo para potenciales movimientos políticos de índole irracional. A esta cultura producida por las industrias económicas en las que se “juega” de una forma preferente con la conciencia, ya que

está planificada tanto para el tiempo de ocio como para el tiempo de actividad productiva, le corresponden todo un sistema de símbolos, valores y actitudes en donde la unificación y homogeneización en la que la paradoja resulta de que bajo la aparente diversidad de ofertas, en último término no se transmiten más que contenidos en los que de manera permanente se potencia la competitividad y un modelo darwinista de relaciones sociales y humanas. De aquí que Adorno y Horkheimer subrayarán como la industria del ocio y de la cultura masificada definida como “pseudocultura”, han pasado a convertirse en ideología dominante, dando lugar a los fenómenos siguientes:

a) La formación de sistemas ideológicos y simbólicos nuevos como son la ya citada pseudocultura y una serie de aspectos inseparables como son la destrucción del modelo educativo humanístico-racional sustituido por una formación – “pseudoformación” – en la que se incentiva lo técnico y se abarata el proceso de formación de la mano de obra por parte de las empresas ya que será el Estado el que transforme el sistema educativo en esa dirección.

b) La creación artificial de una “supersticiones de segunda mano” extendidas en momentos de crisis económica y en los que el tarot, la adivinación, el horóscopo, etc., cumplen el objetivo de desviar la atención social, dando como causas de las dificultades los “designios del más allá” y de los “signos de los astros” como irónicamente tituló Adorno uno de sus más penetrantes estudios sobre esta problemática.

c) Pero el tema central de la crítica cultural frankfurtiana se concentra en el hecho de la destrucción de la racionalidad bidimensional, es decir: la razón crítica y causa. Con la destrucción paulatina de la racionalidad y el lenguaje bidimensional, y la consumación de la desublimación represiva (todo se permite, siempre y cuando pierda su significado profundo) que lleva

al individuo a la interiorización de los objetivos de la razón instrumental acrítica de consecuencias objetivas e históricas entre las que se cuentan el ascenso de la agresividad, como titulaba Marcuse uno de sus libros más conocidos, y de conductas primarias y arcaicas en las sofisticadas sociedades post-industriales.

La influencia del análisis frankfurtiana sobre la nueva Cultura de Masas resulta ser el enlace de unión del resto de corrientes que ponen al nuevo modelo ideológico como centro de sus preocupaciones. Así, con la vuelta a Europa de los principales autores críticos como son Adorno y Horkheimer, aunque Fromm y Marcuse permanecerán definitivamente en Estados Unidos, su prestigio no dejará de crecer. Sin embargo, desde principios de la década de los años sesenta se va a experimentar el inicio de una nueva perspectiva que no sólo sintetiza a Marx con Freud, sino también a ambos autores con el método lingüístico estructural de Ferdinand de Saussure. Es la génesis del Estructuralismo comunicativo.

Estructuralismo y Cultura de Masas

La Escuela de Frankfurt inició el planteamiento teórico en el que el nuevo modelo cultural – de carácter mass-mediático – es dilucidado desde los principios de racionalidad o irracionalidad social. Sin embargo, la Teoría Crítica, y salvo los estudios actuales de Jürgen Habermas, apenas se interesó por los procesos discursivos provenientes de los sistemas de comunicación masiva. Frente a esta posición, los estructuralistas introducen a Saussure entre Marx y Freud. Introducción que posibilita un acercamiento a los fenómenos ideológicos no desde el exterior de las estructuras sino desde el interior del funcionamiento del fenómeno.

Claude Lévi-Strauss, Jacques Lacan, Roland Barthes, Michel Foucault y Jean Baudrillard se interesarán por la conjunción entre Ciencias Sociales y Ciencias Lingüísticas. las dicotomías saussurianas, como campo de oposiciones,

ampliarán la dialéctica de la contradicción implícita en las obras de Marx y Freud.

La Antropología Estructural supuso una apertura epistemológica hacia el conocimiento de las estructuras profundas de las denominadas como “sociedades de tecnología simple”. Esta perspectiva que el antropólogo francés establece al tratar de describir el inconsciente cultural de los “otros pueblos”, la vuelve Roland Barthes hacia las estructuras de la sociedad post-industrial de Masas con la finalidad de comprender cómo en esta sociedad de avanzada y compleja tecnología se muestra asimismo un tipo de inconsciente en el que lo simbólico puede estudiarse en su dinámica de significación o, como afirma el mismo Barthes, como “la vida social del signo”.

En las sociedades de consumo de Masas, Barthes encuentra una profunda paradoja: la latencia de lo primitivo y de lo mitológico bajo estructuras tecnológicas y colectivas sofisticadas. Pero esto sólo puede ser conocido en su dificultad a través de una metodología lingüística que matice entre el significado y el significante, la denotación y la connotación, lo latente y lo manifiesto, lo sincrónico y lo diacrónico o la lengua como sistema y el habla como uso. De este modo, el estructuralismo barthiano se dirige hacia la elaboración de un modelo sociolingüístico que en *Los elementos de Semiología* se convierte en el método aplicable a la pluralidad de procesos de la comunicación de Masas y de su correspondiente cultura.

La Semiología, entendida como la Ciencia de los signos sociales y especialmente de sus clasificaciones, deviene en una “semioclastia”; es decir, en un análisis del inconsciente colectivo y de los mecanismos de dominación con los que se estructura la Sociedad de Consumo y sus procesos ideológicos comunicativos. Para Barthes, acercarse a la estructura del consumo es acercarse, al mismo tiempo, a la cultura-comunicativa y a la inversa. Fenómenos tales como la mitologización, la estereotipación, el Kistch o “estética del mal gusto”,

la redundancia, etc., son aspectos básicos de una taxonomización de la realidad en la que subyace una ideología, en su sentido marxiano de ocultamiento de intereses, con la que los participantes implicados explican su actuación. Para el autor del *Sistema de la Moda*, toda esta sociedad en su conjunto funciona a partir de una lógica del intercambio de mercancías en la que el objeto se vuelve símbolo y signo de status. Luego entender la retórica de esa lógica del intercambio mercantil resulta ser el trabajo de la Semiología. La Semiología, por consiguiente, resulta ser la gran aportación metodológica del Estructuralismo comunicativo. Aportación imprescindible ya que la complejidad significativa y simbólica de la retórica ideológica de la Sociedad de Masas hace cada vez más difícil la comprensión adecuada de las estrategias del Poder. Múltiples serán estas estrategias y manifestaciones de esa ideología fragmentada y latente en la retórica masiva. El sistema de la moda, por ejemplo, se constituye en campo privilegiado de elaboración mitológica. La sensación continua de cambio y transformación, de estar al día, elimina la metafísica de la repetición que domina en las sociedades de consumo. De nuevo, el concepto de mitologización, definido por Barthes como el sistema de clasificación en el que lo estático sustituye a lo dialéctico y en el que se apela a los elementos arcaicos y residuales del inconsciente colectivo, actúa – tal y como ya señalaron los frankfurtianos – como fundamento nuclear de la nueva cultura. Claude Lévi-Strauss, en *El pensamiento salvaje*, subrayó las complicadas taxonomías establecidas sobre el parentesco y los sistemas mitológicos de los pueblos de tecnología simple. Siguiendo en esta línea, Barthes rompe con el error de la cultura etnocéntrica occidental que atribuye a los otros pueblos un simplismo psicológico y unas estructuras sociales elementales. Frente a este prejuicio, Lévi-Strauss demuestra las complicadas formas de ordeación de lo real y, a la inversa, Barthes prueba el primitivismo existente en las sociedades

post-industriales. Por consiguiente, tanto para el antropólogo como para el semiólogo se constata una existencia salvaje, casi prelógica, en la generalidad de sistemas de clasificación colectiva. El principio de dominación inconsciente unifica a sociedades tribales y a sociedades avanzadas.

Precisamente, es la estructura de dominación el hilo conductor teórico del Estructuralismo. Michel Foucault estudiando los espacios de poder y las formas de control históricos. Jacques Lacan comprendiendo el inconsciente como lenguaje a través del discurso de lo “otro”, lo reprimido. Louis Althusser describiendo, a su vez, el problema de los aparatos ideológicos del Estado (AIE). Y, lógicamente, Roland Barthes y Jean Baudrillard centrados en la nueva cultura de Masas y sus taxonomías. Para ambos autores, la Sociedad de Consumo no es sino la culminación de una retórica en la que subyacen unas mitologías industrializadas y en las que, como afirma Baudrillard, toda la estructura de intercambio se edifica sobre el una política económica de mercancías devenidas en símbolos y que son el núcleo de la génesis ideológica de las necesidades; es decir, en la Sociedad de Masas el objeto se vuelve mercancía y éstas, a la par, se transforman en símbolos de falsa movilidad de clase social. Es por esto por lo que, tanto Barthes como Baudrillard, destacarán el proceso de simulacro implícito e inseparable de la acción simbólica de los objetos. Es en este punto en donde coinciden los autores estructuralistas, en la nueva cultura-comunicativa lo imaginario-simbólico cobra las características de “lo real”. Así, la deformación imaginaria de la Cultura de Masas condiciona la percepción de las condiciones reales de existencia. Es la culminación y el triunfo del fetichismo y de la cosificación articulados en funciones-signos ritualizadas y sacralizadas en la comunicación mass-mediática. Comunicación en la que se sedimentan las imágenes, los valores, los símbolos, los prejuicios... dominantes y ajustados y reajustados

según las direcciones económicas y sociopolíticas prevalecientes. De aquí la necesidad de la Semiología en cuanto análisis de los códigos significativos de las sofisticadas taxonomías de la sociedad contemporánea.

**El desarrollo de las teorías
sociosemióticas y su revisión
del discurso comunicativo-cultural.**

Con el Estructuralismo barthiano se pusieron los cimientos metodológicos de la perspectiva semio-lingüística. El sistema del lenguaje comunicativo, sus significaciones y códigos deformantes, y como tal ideológicos, requiere necesariamente un acercamiento desde su discursividad. La Semiología europea frente a la Semiótica norteamericana se va a centrar en la clarificación de las reglas actuantes en la práctica comunicativa. La distinción, pues, entre ambas provendrá de la acentuación de lo lingüístico o de los elementos lógicos. De este modo, la Semiología se inspira directamente en la lingüística saussuriana, mientras que la Semiótica tiene su origen en los estudios lógicos de Charles S. Peirce. Es, no obstante, la Semiología de origen europeo la que puede ser aprovechada para delimitar los sistemas de codificación de la producción de signos sociales. Umberto Eco, con su libro precursor *Apocalípticos e integrados*, repasa a la luz de la nueva metodología una serie de nuevos fenómenos de la Cultura de Masas como son los comics, el mito de Superman, el Kitsch y, en general, los contenidos que se “ocultan” bajo las categorías simbólicas del discurso masivo. Umberto Eco, Julia Kristeva, F. Rossi-Landi y Eliseo Verón, entre otros nombres relevantes, considerarán la clarificación semiótica como el estudio del cuerpo de reglas que determinan la organización y el funcionamiento de imágenes y conceptos en la sociedad actual, considerándolo ese sistema de reglas como la ideología. Concepto éste que se alcanza en el nivel de la significación.

Para los semiólogos citados, el nivel de significación, los planos connotativos y denotativos de los medios, las operaciones y modalidades en los que se articulan las producciones comunicativas posibilitan localizar el inconsciente social que absorbe las formas ideológicas. En consecuencia, las reglas del discurso cultural-comunicativo son, asimismo, las reglas del inconsciente. Este planteamiento admite orientarse dentro de las relaciones jerárquicas desarrolladas en el neocapitalismo. Como observó Eco: “la Semiología nos muestra el universo de las ideologías ordenado en códigos y subcódigos dentro del universo de los signos.” Y en este sentido, la “semiosis social” – en concepto de Eliseo Verón – resulta ser el instrumento de investigación más pertinente para determinar las unidades significativas más elementales del orden discursivo en relación a la inteligibilidad de las relaciones sociales vividas imaginariamente por las poblaciones masivas.

Desde la obra de Roland Barthes, la investigación semiológica ha desarrollado una pluralidad de áreas y aportaciones. Las obras de L. Hjelmslev, A.J. Greimas, L.J. Prieto, F. Rositi, G. Rosolato y una innumerable lista de autores, han enriquecido el conocimiento de la acción ideológica del nuevo modelo cultural-comunicativo. Este enriquecimiento ha privilegiado la comprensión profunda de los sistemas simbólicos contemporáneos. Hay tantas áreas como sistemas masivos de comunicación y significación. las semiologías cinematográfica, televisiva, publicitaria, las nuevas vanguardias, etc., son nuevas direcciones que interrelacionan teoría y práctica con la finalidad de clasificar no sólo formas estéticas y creativas sino, especialmente, los modos en los que la cultura masiva refleja los estilos de vida y las representaciones correspondientes a ellos. En resumen, frente a la Semiótica norteamericana de matiz conductista, por ejemplo Charles W. Morris, la Semiología europea sigue en la propuesta crítica frankfurtiana de investigación de la lógica subyacente

en los esquemas de clasificación que sustenta todo el edificio del intercambio económico de la producción y del consumo. La demarcación entre intercambio económico e intercambio simbólico está en los “efectos ideológicos” con los que se lleva a cabo la construcción masiva de las conciencias. La búsqueda, entonces, de las condiciones y consecuencias de estos efectos ideológicos resulta ser el sentido último de los esfuerzos y trabajos de la Semiología.

El replanteamiento contemporáneo de los procesos culturales: Del Neoestructuralismo constructivo de Pierre Bourdieu al Neomarxismo de la Post-modernidad

La evolución actual de la Sociología de la Cultura de Masas retoma problemas ya enunciados por Edgar Morin en su libro precursor *El espíritu del tiempo*, pero ahora se va a centrar de una manera específica en la interrelación entre los procesos sociales básicos como son los de socialización, estratificación social, cambio y conflicto, y los efectos que sobre dichos procesos tienen las nuevas modalidades culturales. A este respecto, la continuación de la corriente estructuralista, encabezada por el sociólogo francés Pierre Bourdieu, situará sobre el sistema de las diferencias sociales su estudio de la acción ideológica de la cultura mass-mediática.

Según Pierre Bourdieu en su obra *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, se ha ido estructurando a lo largo del siglo XX un sistema cultural y educativo en el que los mecanismos de diferenciación de las clases y subclases sociales son tan sutiles e imperceptibles que se convierten en sólidos procesos de dominación colectiva. La investigación sobre los criterios y bases sociales del gusto – la distinción – pasa a ser una de las prácticas selectivas que mayor diferenciación ejercerá entre los grupos e individuos de las sociedades post-industriales.

En el marco teórico del neo y post-estructuralismo, Bourdieu trata de aclarar la división y estratificación social mediante un sistema de conceptos que responden a la dinámica concreta que en nuestras sociedades desempeña la actividad simbólica. El sociólogo francés, en consecuencia, introducirá la matización entre “capital escolar” y “capital cultural”, definiendo el primero como la *formación* recibida en la escuela por parte de la gran mayoría de la población y cuyo objetivo es el de tipo práctico con un fuerte componente de adiestramiento de la mano de obra que abarata a la empresa el proceso de instrucción necesario en el complejo productivo-tecnológico actual; mientras que el capital cultural es la educación clásica y humanística propia de la herencia histórica de índole causal-racional. De acuerdo con esta diferenciación, el sistema de estratificación en clases sociales en la Sociedad de Masas, desarrolla una dinámica de estrategias mediante la cual se refuerzan los estilos de vida clasificados en función de una clase específica o fracción de clase. Así, las clases obrera, media-baja y media-media accederán al capital escolar. Y frente a éstas, las clases media-alta, alta y las élites irán sustituyendo a éste por el capital cultural; es decir, edifican y establecen nuevas bases y criterios del gusto como transmisión del *habitus* de clase. Precisamente, los conceptos de “*habitus*” especificado como mecanismo de inculcación de valores de clase y el de “campo” como prácticas de clase, son utilizados por Bourdieu como instrumentos metodológicos para fijar esos nuevos procesos sociales y culturales de diferenciación y estratificación.

Para el autor de *El sentido práctico*, existen unas estructuras objetivas que constriñen las prácticas de clase social. Es evidente, entonces, que el concepto de “masa” con el que se explica el sistema de estratificación de la sociedad post-industrial no es más que un término – una nueva estrategia – para eliminar el empleo de

instrumentos objetivos en el examen de las nuevas desigualdades colectivas de la sociedad contemporánea. Los medios de comunicación, por ejemplo, actúan en la órbita de consolidación de unas formas de simbolismo común que vinculan a los grupos y clases entre sí. Como afirmará el propio Bourdieu, mientras las élites asisten al espectáculo, a la inauguración, al acontecimiento en directo, la masa lo ve fragmentado a través de la televisión. La “distinción”, en definitiva, se constituye en la estrategia fundamental de la reproducción de las diferencias y desigualdades entre las clases sociales en nuestros días.

El *habitus* de clase descarta cualquier equívoco. Bourdieu utilizando la investigación empírica, llega a la conclusión según la cual la educación y la cultura conforman los procesos ideológicos más depurados para inscribirse en un criterio objetivo de pertenencia a clase social. Desde *Los estudiantes y la cultura* hasta *La noblesse d'Etat: grandes écoles et esprit de corps*, la obra de Bourdieu revela el complejo proceso de las constricciones estructurales que actúan sobre las interacciones privadas y públicas. El concepto de campo resulta paradigmático cuando explica la red de interacciones objetivas e intersubjetivas que desarrollan los sujetos en su clase social. En efecto, el campo, en cuanto red de relaciones de clase objetivas, demuestra cómo las élites “construyen” su “mundo” mediante actividades educativas y culturales. Las grandes escuelas francesas de funcionarios son, en último término, relaciones simbólicas que consolidan las condiciones de dominación sobre otros grupos.

En definitiva, la actual Sociología de la Cultura de Masas de inspiración neoestructuralista reformula los sistemas de codificación cultural de las diferencias cada vez más soterrado de la Sociedad de Consumo. La internalización de prácticas culturales-comunicativas son orientadas hacia la creación de una mentalidad social colectiva en la que “la colonización del mundo de la vida”, como define Habermas, es el aspecto primordial

del proceso. Por tanto, tanto en el último estructuralismo como el representado por Bourdieu, la conclusión no deja de ser que la nueva formación cultural no puede ser entendida sin conexas con los mecanismos complejos de transmisión ideológica y reproducción del sistema de estratificación con el resultado de crear una falsa e imaginaria movilidad social.

Por último, no se puede dejar de citar la orientación del denominado Marxismo de la Postmodernidad desarrollado por Fredric Jameson en su obra *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Este autor estudia el efecto de de las recientes formas culturales, derivadas de la industria de la cultura y de la comunicación, que en vez de producir “una prodigiosa expansión cultural por todo el reino social”, privilegia la consolidación del “capitalismo en su sentido clásico”.

Jameson se interroga sobre la lógica cultural que desublima, en terminología de Marcuse, lo que antes reflejaba ética y estéticamente un grito de protesta frente a la alienación y la existencia convencional. La respuesta de Jameson tratará de centrarse en los efectos ideológicos de los productos de la industria estándar de la cultura creada para Masas. La ideología y, esencialmente, la ideología de la Posmodernidad surgida desde finales de los años setenta se va a caracterizar por un “descentramiento” de la psique que convierte al receptor-consumidor en un sujeto adaptado, no tanto a su propio mundo cotidiano y subjetivo cuanto imaginarios producidos de manera serializada y que provocan, como subraya Jameson: “el desplazamiento de la alienación del sujeto hacia su fragmentación”. En ese desplazamiento, el movimiento de la Posmodernidad se muestra como la táctica más poderosa del reajuste cultural del neocapitalismo.

Para situar esta corriente estética y filosófica es conveniente, lo primero, precisar que ubicar a la Posmodernidad como un movimiento en el que su núcleo es el ataque frontal a los ideales y

modelos de la Ilustración. Los ideales de progreso, igualdad, racionalidad y ética son sustituidos por el individualismo exacerbado, la voluntad de fragmento y un nuevo tipo de consumo cultural elaborado directamente con la finalidad de generar la sensación de “minoría”, cuando, en realidad, los conocimientos culturales son adquiridos en los suplementos culturales dominicales de la prensa de información general, o en revistas que dirigen a los receptores hacia movimientos artísticos, autores literarios y de índole variada acordes con los intereses de ese sector de consumo pseudoelista. En definitiva, para Jameson, en todo este proceso late una psicopatologización en la que la experiencia ético-estética se administra desde los intereses del mercado de productos culturales. Esta forma ideológica, en su sentido clásico de oscurecimiento de relaciones económicas y sociales, converge en una cultura del pastiche. La realidad social es aniquilada y en su lugar se organiza un conjunto de representaciones derivadas del consumo y de la comunicación mass-mediática que construyen una dimensión histórica presentada como espectáculo. La Historia objetiva, con sus condiciones económicas y sociopolíticas, se sustituye mediante la configuración de un collage de fragmentos dispersos. La ruptura de la cadena causal-racional de explicación del mundo es la concepción posmoderna y su resultado es una interpretación de la realidad sumamente subjetivizada y atomizada.

En suma, el efecto de efectos del advenimiento y consolidación de esa cultura rebajada y serializada, en donde se evitan los elementos críticos y de sublimación de la existencia individual y colectiva, se resume en la neutralización de la natural evolución intelectual, educativa y creativa que, hasta la llegada del capitalismo de consumo, era propia y específica de la acción histórica humana. Estamos, pues, afirma Jameson, en la ideología del fin de las ideologías. La postmodernidad se presenta

entonces a sí misma como el “fin de las clases sociales”, el “fin del Estado del Bienestar”, el “fin del socialismo” o el “fin de la Historia”. En general, se tratará de identificar el fin de “todo” con el fin de la objetividad. Y aquí, uno de los efectos primordiales será la transformación de la “percepción” colectiva. El paso hacia un tipo de pensamiento casi tribal en el que se pierdan de vista las interrelaciones entre fenómenos. En definitiva, la alteración de los mapas cognitivos, tal y como matiza Jameson. La recomposición de los mapas mentales, la “cartografía social” –según Jameson– es la condición principal para salir del modelo cultural hegemónico en el que las técnicas de persuasión cada vez son más depuradas y refinadas según los grupos a los que se orientan. De esta manera, tanto en el Estructuralismo constructivista de Bourdieu como en el Marxismo de la Post-modernidad de Jameson se coincide en un punto común y determinante: el gran efecto contemporáneo de la Cultura de Masas no es sino el desarrollo de un nuevo modelo reajustado en el que se refuerzan las diferencias y las desigualdades con estrategias e instrumentos cada vez más científicamente elaborados. Sería algo así como la creación de la irracionalidad colectiva planificada, dándose la extraña paradoja de que nunca con anterioridad a la Historia del siglo XX, la Ciencia y el conocimiento se han puesto al servicio de la producción de unas imágenes, valores y símbolos que recuerdan las etapas más arcaicas y primitivas de la especie.

Se puede decir, por último, que la vitalidad de la Sociología de la Cultura de Masas es un hecho comprobable tanto por el incremento de sus áreas de estudio como por la variedad de sus líneas de investigación. En este punto, se acrecientan las publicaciones que enfocan desde temáticas y métodos diversos, las interacciones entre valores y sociedad. Tal es el caso del estudio de Ronald Inglehart sobre *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas* en donde se destacan las

mutaciones de los sistemas de valores en un tránsito que el autor denomina como “paso de los valores materialistas a postmaterialistas. Sin embargo, el eje de esta área Sociológica sigue siendo la “cultura-mosaico” descrita por Abraham Moles en su *Sociodinámica de la Cultura*; esto es: el ascenso de un modelo cultural con símbolos, valores, códigos y signos muy simplificados, fragmentados y homogeneizados que descentran los “mapas cognitivos” y apelan a conductas irracionales. El conocimiento de los engranajes y estrategias de este nuevo modelo cultural aparece como la única defensa que puede evitar la abolición, por obra de la ideología, del pensamiento que no quiere volverse simulacro, o como afirmaba Adorno: que la racionalidad crítico-dialéctica pueda con la Pseudocultura y sus efectos históricos.

Bibliografía

- ALTHUSSER, L. *Escritos (1968-1970)*. Barcelona: Laia, 1975.
- BARTHES, R./LEFEBVRE, H./GOLDMANN, L.. *Literatura y Sociedad*. Barcelona: Martínez Roca, 1969.
- BARTHES, R. *Lo verosímil*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1970.
- BARTHES, R. *Elementos de Semiología*. Madrid: Alberto Corazón, 1971.
- BARTHES, R. *Sistema de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- BARTHES, R. *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI, 1980.
- BAUDRILLARD, J. *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, 1969.
- BAUDRILLARD, J. *La Sociedad de Consumo*. México: Siglo XXI, 1974.
- BAUDRILLARD, J. *A la sombra de las mayorías silenciosas*. Barcelona: Kairós, 1978.
- BAUDRILLARD, J. *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI, 1982.
- BOURDIEU, P. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- BOURDIEU, P. *El sentido práctico*. Madrid: Taurus, 1991.
- DELLA VOLPE, G. *Crítica del gusto*. Barcelona: Seix Barral, 1963.
- DORFLES, G. *Las oscilaciones del gusto*. Barcelona: Lumen, 1974.
- ECO, U. *Apocalípticos e integrados ante la Cultura de Masas*. Barcelona: Lumen, 1968.
- ECO, U. *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen, 1975.
- ECO, U. *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Lumen, 1977.
- INGLEHART, R. *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS, 1991.
- JAMESON, Fr. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós, 1991.
- KRISTEVA, J. *Semiótica*. Madrid: Fundamentos, 1978.
- LOTMAN, J. *Semiótica de la Cultura*. Madrid: Cátedra, 1979.
- MANNHEIM, K. *Ensayos de Sociología de la Cultura*. Madrid: Aguilar, 1957.
- MCDONALD, D. *La industria de la Cultura*. Madrid: Alberto Corazón, 1969.
- MOLES, A. *El Kitsch*. Buenos Aires: Paidós, 1973.
- MOLES, A. *Sociodinámica de la Cultura*. Barcelona: Paidós, 1978.
- MORIN, E. *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la Cultura de Masas*. Madrid: Taurus, 1966.
- MUÑOZ, B. *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona: Barcanova, 1989.

- ROSITI, F. *Historia y teoría de la Cultura de Masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.
- VATTIMO, G. *La sociedad transparente*. Barcelona: Kairós, 1990.
- VERÓN, E. *La Semiosis social*. Barcelona: Gedisa, 1981.
- VV. AA. *Cultura, Comunicación de Masas y lucha de clases*. México: Nueva Imagen, 1978.
- VV. AA. *Industria cultural y Sociedad de Masas*. Caracas: Monte Avila, 1992.
- VV. AA. *Espacios de poder*. Madrid: La Piqueta, 1991.
- WILLIAMS, R. *Cultura*. Barcelona: Paidós, 1982.
- WUTHNOW, R./HUNTER, J.D./BERGESEN, A./KURZWEIL, E. *Análisis Cultural*. México: Paidós, 1988.

* Blanca Muñoz é professora de Teoria Social e Sociologia da Cultura de Massas da Universidade Carlos III de Madri. Autora de diversas obras, entre as quais *Teoría de la pseudocultura, Cultura y Caomunicación* e *Theodor W, Adorno: teoría crítica y cultura de masas*, não traduzidas para o português.