

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**La condición del hombre en la Posmodernidad,  
una mirada a través de la televisión**

**TESIS PARA  
OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**P r e s e n t a**

**SERVANDO AVILÉS MONDRAGÓN**

**Director de Tesis**

**LIC. LUIS CRUZ SANTACRUZ**

**Ciudad Universitaria, México, D.F. 2001**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A mis padres, quienes además de la vida me dieron...  
mucho más**

**A mis hermanos, que a pesar de todo...  
los quiero**

**A mi pequeña “Felina, con ojos de Gata Valiente”, que siempre me recuerda  
qué y quién soy...  
un loco**

**A los nueve "Cara de Haba", que me recuerdan que también fui niño...  
alguna vez**

**A Luis por compartir esta aventura académica...**

**A la Dra. Silvia Molina, la Mtra. María de la Luz Garay...**

**A los Profesores Gustavo de la Vega y Otton Camacho  
quienes en su momento me mostraron  
que el conocimiento se obtiene con trabajo, esfuerzo y tenacidad,  
al igual que todas las cosas en esta vida.**

**A todos ellos...**

**Gracias**

# Índice

## Capítulo I.- Algunos Aspectos Históricos

Definiendo Términos.....	1
¿Qué es la Modernidad?.....	5
Las Raíces de la Modernidad.....	7
La Reforma Protestante.....	9
La Revolución Francesa.....	11
La Revolución Industrial.....	14
Los nuevos territorios.....	15

## Capítulos II.- Los medios de comunicación modernos

El nuevo mundo.....	18
El mundo de las voces.....	21
El mundo de las imágenes.....	25
la fotografía.....	26
el cartel.....	30
el cómic.....	33
el cine.....	38
la publicidad.....	40
La sociedad de consumo.....	

45	
El trabajo, la envenenada medicina.....	
48	
El reconocimiento a través de los objetos.....	
49	
El fin de la modernidad.....	
51	

### **Capítulo III.- La Posmodernidad**

Algunas de sus características.....	
55	
Definición de la Posmodernidad.....	
56	
El lenguaje posmoderno.....	
58	
Los dioses posmodernos.....	
60	
Los héroes posmodernos.....	
63	
El individuo posmoderno.....	
66	
La vida a través de la pantalla.....	
68	
El mundo de imágenes... electrónicas.....	
74	
La claustrofilia: el signo distintivo de la posmodernidad.....	
77	
El miedo a la soledad.....	
81	

### **Capítulo IV.- Algunas consideraciones sobre la condición de la televisión a finales de milenio**

El cuerpo posmoderno.....	
87	
El tele-sexo.....	
89	

Carrera por la audiencia.....	92
La tendencia a seguir, caso <i>Playboy</i> .....	94
Los <i>talk shows</i> , ¿la última aventura tele-mediática?.....	101
Una nueva modalidad de la tele-pornográfica.....	103
"The twins burst into tears, and the audience goes wild" .....	107
La globalización ¿último efecto de la Posmodernidad?.....	109
¿Y que hay de los noticiarios?.....	112
Conclusiones.....	116
Bibliografía.....	126
Hemerografía.....	129

## Introducción

Los pensadores trabajan por regla general en la soledad,  
recogiendo los hilos de la historia actual  
-las nuevas consecuencias de los inventos,  
los nuevos impulsos de la opinión-  
entretejiéndolos en sistemas coherentes  
que pueden ser dominados y utilizados.  
-W. Kerr-

La primera idea para investigar sobre la Posmodernidad, fue la de analizar dos películas, que entre las personas que aman al cine, tuvieron un gran impacto, y que en ellas se reflejaba claramente la condición del hombre en la Posmodernidad. Dichas películas son, Crash y Trainspotting.

Pero a leer e investigar sobre la Posmodernidad comprendí que este término, visto desde el punto de las ciencias de la comunicación, va mucho más allá que analizar dos películas. Y que la condición del hombre se reconoce y se identifica en otras muchas más actividades y manifestaciones comunes y corrientes de la vida cotidiana del ser humano. Entre ellos, se puede poner como ejemplo, el simple acto de ver el televisor hogareño, el cual a su vez, puedo adelantar se constituye como un signo indistinto y propio de la Posmodernidad.

Ahora bien, las motivaciones que me llevaron a investigar sobre la Posmodernidad, fueron en primera instancia, poder identificar algunos de los cambios que ha sufrido la humanidad desde hace más de un siglo, pues al iniciar el tercer milenio de la humanidad, esos cambios aun siguen repercutiendo con gran incidencia y fuerza en la vida normal y cotidiana de todos los que habitamos este planeta.

Así, en el primer capítulo explico lo que entiendo por noción de la Modernidad, con definiciones de autores abocados a estudiar este periodo histórico de la humanidad. De igual forma exploro brevemente tres de los hechos considerados como los importantes ya que cada uno ellos, en su tiempo, espacio y características particulares, lograron integrar y dar el perfil social, político, económico, entre otros, al lo que hoy conocemos como Modernidad. Los hechos históricos son la Reforma Protestante, la Revolución Francesa y la Revolución Industrial, permitieron cambiar la

estructura de la humanidad en un periodo de tiempo relativamente corto, y perfilarla a un nuevo periodo nombrado con el adjetivo: Pos o Post.

En el segundo capítulo se abordan los medios de comunicación inventados, descubiertos y desarrollados dentro de la Modernidad. Cada uno de ellos se exponen con sus ventajas y características particulares, pues en ellos existen varios elementos que hacen pensar que desde su temprana edad, se comienza a perfilar y a condicionar las características, la mentalidad y personalidad de los sujetos.

En suma, se rastrea la conducta que los sujetos adoptaron en las últimas décadas del siglo XIX y principios del XX. Igualmente se habla de cómo los medios de comunicación, adquieren el sobre nombre “de masas” y como ellos a tan temprana edad comienzan a adoptar una modalidad interesante: el cuerpo desnudo, para atraer la atención de un número mayor de público.

También, se describen algunas de las particularidades de la sociedad moderna, también nombrada con los términos: sociedad de masas, sociedad industria o sociedad de consumo, todos estos términos sociológicos se refieren al mismo periodo histórico, únicamente varía el objetivo que se trata de estudiar como resultado directo de los avances producidos en la Modernidad.

En el tercer capítulo se describe y define lo que entiendo como Posmodernidad. Esté término que además de ser complejo y difícil de entender y estudiar, inaugurar una nueva etapa dentro de la historia de la humanidad. Pretendo describir como se observan los efectos de la posmodernidad en la vida de los sujetos por medio de la manera en que manifiestan su conducta en la sociedad. Y una de ellas, para ser más preciso, es la de ver televisión.

Para ello, destaco el surgimiento de la televisión como punto de partida y referencia para situar el inicio de esta nueva etapa histórica, pues a través de este medio, de este aparato de comunicación a distancia, el mundo, el universo, la mente, la sociedad, las relaciones personales, los dioses, entre otros, comienzan a transformarse, a mutar y a convertirse en términos que adquieren un nuevo significado. Debido a ello, se advierte que una nueva sociedad, un nuevo individuo y una nueva



historia, se presentan en el planeta.

En este capítulo se hace especial énfasis sobre el papel que ha jugado la televisión desde su nacimiento e introducción a la cultura del hombre del siglo XX, así como su impacto dentro de la sociedad. Todo ello debido a la "magia" con la que la televisión presenta al mundo ante los ojos expectantes de los sujetos.

Cabe aclarar que existe en la investigación la mención de la soledad, la claustrofilia, la sexualidad, la pornografía, la prostitución transmitida por el aparato televisor. Todos estos términos, además, son sobre explotados por este medio de comunicación, ya que la sexualidad es utilizada como punto preferencial para la atención del público. Es preciso decir que en este momento explico el surgimiento de la televisión por cable, como una nueva opositora a la televisión abierta o pública. Dándose inicio a una confrontación entre ambos sistemas, por obtener el mayor número de tele-espectadores. Y consecuencia menciona la estrategia mediática a la que se tuvo que recurrir.

El cuarto capítulo nombrado "Algunas consideraciones sobre la condición de la televisión a finales de milenio", que conforme a la definición y explicación sobre la estrategia mediática a la que tuvieron que recurrir ambos sistemas televisivos, se da una nueva modalidad de lo que podría llamarse "pornografía televisiva", y que identifiqué dentro de los programas llamados *talk shows*.

Es necesario aclarar que en este capítulo se aborda la problemática de los *talk shows* haciendo una comparación entre este tipo de programas y las películas pornográficas.

Considero que existe una estrecha relación entre ambos espectáculos. Creo en la existencia de múltiples elementos que hacen muy semejantes a los dos tipos de materiales televisivos, de acuerdo en su contenido, finalidad, mecanismos y estrategias a los que recurren para poder ser llamar la atención del público.

En este sentido, el objetivo de este trabajo no es profundizar sobre las posibles motivaciones sociológica, psicológica o filosófica, entre otras para describir lo que es el fenómeno de los *talk shows* o las

películas pornográficas en los diferentes sistemas de televisión. Se trata, más bien, de exponer los puntos de unión, que confluyen dentro la historia de los medios de comunicación, y que se entrelazan, y que tiene una estrecha vinculación con términos que se manejan en esta tesis, tales como son el Modernidad y Posmodernidad.

De esta forma creo que se refleja, a través de una pequeña pero valiosa manera en los medios de comunicación, en los programas de televisión, lo que considero la condición del hombre en la Posmodernidad. Por último, es necesario hacer la aclaración de que lo escrito a lo largo de este trabajo de investigación, son reflexiones acerca de lo que he observado durante varios años en la televisión que se ha transmitido en nuestro país, México.

El sistema televisivo en México, tiene la particularidad de que la mayoría de los programas que se transmiten, son producidos, hechos y realizados por lo general por compañías y personas de los Estados Unidos, situación que a la postre ha hecho que la mayoría de los mexicanos que tienen un televisor en casa podrán haber experimentado en un momento de su vida el contacto con otro tipo de cultura, y en un sentido más estricto, un cambio en los hábitos culturales motivado por mirar al televisor.

De esta manera se puede comprender como gradual y lentamente se comienza a manifestar el impacto de lo que en la actualidad se nombra como globalización.

Es por ello, repito, que lo que escribo a lo largo de estas líneas, son reflexiones acerca de lo que he visto, pensado y comprendido a lo largo de mi vida académica sobre la forma en que se presenta por un lado el sistema televisivo mexicano, y por el otro, los diferentes programas, películas, documentales, y un tercero, la manera en que la gente tienen a reaccionar y a comportarse de acuerdo a lo que se ve en la televisión.

A través de todo ello, quiero manifestar, que es posible entender la condición que guarda el hombre dentro de la Posmodernidad.

## Capítulo I.- Algunos aspectos históricos

### Definiendo términos

Antes de iniciar la exposición de las partes que integran la presente investigación, es preciso hacer las aclaraciones pertinentes sobre los términos que dan nombre y sustento a la misma.

Por ejemplo, palabras como condición, hombre y Posmodernidad, siendo términos que tienen diversas acepciones pueden tener asimismo varios significados e interpretaciones. Por ello es necesario definir la palabra condición, puesto que en ello radica la forma y sentido en que debe leerse de la presente investigación.

La palabra o término condición se encuentra definida como:

“Indole, naturaleza// Carácter o genio// estado o situación// Calidad de nacimiento// Calidad o circunstancia con que se hace o se promete algo// Aquello que depende de otra cosa, sin que lo condicionado no tendría existencia.”<sup>1</sup>

Esta es la definición de un diccionario enciclopédico, pero es necesario revisar otra definición para dejar más claro lo que significa o se quiere dar a entender al momento de usar el término condición. Por su parte la Gran Enciclopedia Larousse nos dice que condición es:

“Indole, naturaleza o propiedad de las cosas// Natural carácter o genio de los hombres// Estado o situación especial en que se halla una persona// Estado social o calidad de nacimiento, rango, estirpe// Constitución primitiva o fundamental de un pueblo// Calidad o circunstancia para que una cosa sea u ocurra.”<sup>2</sup>

Ambas definiciones son parecidas o similares, lo que importa resaltar es el hecho de que entre ellas se manejan ideas similares sobre la situación, la

---

<sup>1</sup> Diccionario Enciclopédico Ilustrado Gran Omeba.

<sup>2</sup> Gran Enciclopedia Larousse. Tomo II. p. 162

calidad o la circunstancia que determina ciertos rasgos especiales de los hombres o para ser más específico de toda la humanidad.

Ahora bien, lo que importa precisar es que la noción del estado, ya sea social, emocional, psicológico, político, histórico, etcétera, puede ser considerado como elemento para poder identificar rasgos y características de la condición humana, la cual forma parte de la situación social en la que viven los hombres y mujeres. Ésta puede observarse por medio de la forma en que se organiza, desarrolla y evoluciona la propia sociedad, la manera en que se comportan sus integrantes; que a su vez puede verse reflejada en sus hábitos, costumbres, tradiciones, prácticas sociales y entre otras, la calidad de vida.

Es, a fin de cuentas, lo que en este sentido, y bajo la mirada del presente trabajo, lo que podríamos considerar como la condición del hombre, a la forma de vivir bajo un determinado orden social, mostrando un comportamiento que practican hombres tanto como mujeres, y bajo este comportamiento pueden percibirse y apreciarse determinados rasgos y características de los diversos estados emocionales y psicológicos, los cuales son conocidos, aceptados y tolerados por la sociedad.

De esta forma podemos entender a la condición del hombre como una serie más o menos permanente de rasgos, entre los que podemos mencionar las pasiones, deseos, capacidades, virtudes y demás que caracterizan al hombre como tal.

Los rasgos descritos más arriba, en la humanidad han evolucionado, en el tiempo, de maneras y en estructuras sociales muy diferentes, desde aquellas más primitivas a otras más completas y altamente desarrolladas.

De esta forma, lo que compete al presente trabajo es describir como esos rasgos, que caracterizan a la humanidad en determinado periodo histórico, se ven reflejados en una sociedad que tienen una alta cantidad de imágenes provenientes de los medios de comunicación electrónicos, medios impresos, en los artículos que consumen y sobre todo en todas aquellas actividades que realizan en la vida cotidiana.

Ahora bien, hay que aclarar que el interés por explicar los rasgos y características, formas de vivir y las costumbres de los hombres, son tan viejos como la misma historia de la humanidad.

Un ejemplo de ello lo vemos reflejado en los primeros textos antiguos griegos en donde, Platón trata de explicar la condición del hombre, en donde según él, se encuentra en aquellos individuos que tienden a practicar la justicia sobre todas las cosas, puesto que este tipo de practicas los hace virtuosos, condición esencial por la cual pueden obtener la verdadera felicidad.

Platón al respecto nos dice al respecto:

“... el alma justa y el hombre justo vivirán bien, y el hombre injusto vivirá mal... el que vive bien es dichoso, y el desdichado es el que vive mal.”<sup>3</sup>

Percibimos desde esta idea rasgos y características que nos indican una rasgo de la condición del hombre, la cual según el autor griego, se refleja en los modelos de comportamiento de los hombres, llamados ciudadanos, que de acuerdo a su pensamiento, estos los encontramos en el cumplimiento de las leyes, reglas y normas que son impuestas por la sociedad. Ya que para él éstas son los hábitos de convivencia, de conducta que deben mostrar los hombres en grupo para obtener un bien en común.

Siguiendo con la noción de la condición del hombre que maneja Platón, ésta se cumple cuando las reglas y normas de la sociedad se lleva a cabo, esto hace ser a los hombres, seres honrados, virtuosos y felices. Llevar a cabo esta práctica trae consigo honores, recompensas. De ahí surge la necesidad de educar a los hombres, desde pequeños, hacia el camino de la rectitud y la virtud. Ahora bien, para Platón el Estado fuerte, valeroso y sano, surge ante la necesidad que experimentan los hombres por ayudarse unos a otros a esa sociedad se le da el nombre de Estado.

Posteriormente para Aristóteles, discípulo de Platón, la condición del hombre tiene su punto de partida dentro de la educación, idea que retoma de su profesor, pero la diferencia entre ambos autores radica en que la educación

---

<sup>3</sup> Platón. Diálogos. p. 454

de los ciudadanos debe ser impartida completamente por el Estado, que no resida en los particulares.

Para Aristóteles esta forma de educación que tiene que ser desde los primeros años de los ciudadanos, podrá hacer hombres que logren gozar de la felicidad, gracias a la:

“... prudencia, justicia, fortaleza y templanza”<sup>4</sup>

Para Aristóteles la unión de cada una de estas características harán del hombre, un ser completamente feliz y perfecta.

Ahora bien cuando un hombre accede a una vida perfecta, significa para Aristóteles que se han encontrado las tres maneras para vivir feliz, las cuales son la posesión de los tres bienes, que para el autor griego, es donde radica la verdadera condición del hombre. Aristóteles nos dice cuales son estos bienes.

“... los bienes que el hombre puede gozar se dividen en tres clases: bienes que están fuera de su persona, bienes del cuerpo, y bienes del alma; consistiendo la felicidad en la reunión de todos ellos.”<sup>5</sup>

Al parecer, después de leer lo anterior, se encuentra que la preocupación mayor para Aristóteles y Platón, la condición del hombre estaba encaminada a encontrar la felicidad, signo inequívoco de que en esta búsqueda el hombre evidenciaba cada uno de sus hábitos, costumbres y tradiciones, formas de vivir y de ver al mundo, así como identificarlos como individuos sociales.

Forma que en la actualidad y con miles años de diferencia, aun podemos observarla en los hombres contemporáneos, ya que a través de diferentes mecanismos, formas de evasión de la realidad, los individuos posmodernos tratamos de buscar la felicidad a toda costa y por cualquier medio, aun a expensas de los medios de comunicación.

---

<sup>4</sup> Aristóteles. La política. p. 100

<sup>5</sup> Ibidem.

## ¿Qué es La Modernidad?

Hablar y definir del término Modernidad, suele ser un trabajo amplio y complejo. Esto se debe principalmente a que sus principios y postulados fundamentales, así como cada uno de los elementos y hechos que la integran, puede estudiarse desde puntos académicos muy diferentes entre sí. Aclarado una vez esto, partiré a decir que para fines propios del trabajo, la noción de la Modernidad será vista como un periodo en donde se encuentran inscritas las raíces de varios de los cambios que sufrió la humanidad y que hoy en la actualidad aun pueden observarse y sentirse sus efectos dentro de la vida cotidiana de los individuos.

Así pues, el periodo denominado como Modernidad significa para N. García Canclini, teórico y estudiosos de este tema, como el momento en que se da la:

“... organización secular de la sociedad, la renovación de las vanguardias y la expansión económica y cultural.”<sup>6</sup>

De esta manera y a partir de la definición, se da por sentado que a través de una ruptura, en todas las esferas del hombre, la estructura social adquiere una nueva forma. Asimismo, los cambios se inscriben como parte fundamental para moldear una nueva concepción del universo. A partir de esta idea, surge la relación directa de ver en el conocimiento el medio por el cual se pueden explicar y dar los fenómenos que se dan dentro del planeta.

Y si partimos de esta noción, encontramos que para J. Habermas es en este mismo periodo, en el cual se:

“... formó la conciencia de una nueva época (...) inspirada por la ciencia... el progreso infinito del conocimiento y el avance infinito hacia la mejoría social y moral.”<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Canclini García, Nestor. Culturas híbridas. p. 133

<sup>7</sup> Habermas, J. “La modernidad, un proyecto incompleto”, ensayo en Hal Foster (compilador). La posmodernidad. p. 20

Todo ello realizado a través del desarrollo de:

“... una ciencia objetiva, una moralidad y leyes universales y un arte autónomo...”<sup>8</sup>

Esto nos lleva a pensar inicialmente que la noción de la Modernidad pretendió plantear la liberación de la humanidad de todos aquellos vestigios cargados de conocimiento ancestral, de misticismo, supercherías y tradiciones fantásticas. Iniciando una nueva época cimentada sobre un sistema de pensamiento lógico, cuantificable y comprobable, a decir: el conocimiento racional.

J. Habermas, por su parte, advierte que por medio del desarrollo del conocimiento racional, objetivo, verídico se puede acceder a una mejor forma de vida para los seres humanos. Este fue, a grandes rasgos, el proyecto de la Modernidad.

Empero, la Modernidad es el: “... proceso emancipador de la sociedad” - nos dice J. Pico- alimentado por los “... postulados de la revolución francesa, las doctrinas sociales del liberalismo inglés y el idealismo alemán.”<sup>9</sup>

Este pensamiento liberador, simboliza el estado adulto al que llega el hombre.

La “modernidad es la salida del hombre de su madurez”, nos recuerda Pico, quien añade que a través de las filosofías europeas sientan las bases para reclamar:

“... la libertad individual, el derecho a la igualdad ante la ley contra la opresión estamental.”<sup>10</sup>

El común denominador de ambas definiciones es que en todas ellas se encuentra presente el sentimiento de un mejor cambio de la condición del hombre. Pues la idea de la liberación de cadenas establecidas desde el pasado

---

<sup>8</sup> Ibidem. p. 28

<sup>9</sup> Pico. J. Modernidad y Posmodernidad. p. 14

<sup>10</sup> Ibidem. p. 15



se encuentra presente en las definiciones.

Debido a ello, podemos decir que la noción de la Modernidad es, ante todo, el periodo en que el hombre logra por decisión propia romper con las cadenas que le aprisionaban desde largo tiempo. Su nuevo estado libre lo alcanza gracias a la evolución que va teniendo el conocimiento científico. Ya que a través de éste, alcanza a explicar la forma en que funciona el mundo, la sociedad y el comportamiento humano mismo.

La importancia de tales transformaciones son las repercusiones observadas en todos los sentidos de la vida del ser humano. Lo religioso, artístico, ético, moral y filosófico; así como, en lo económico, político, social e incluso psicológico, pues son en estos ámbitos donde se manifestó principalmente la nueva condición del hombre moderno.

Así, de esta forma, encontramos que la noción de Modernidad se perfilaba como la etapa en que la humanidad podría encontrar libertad, igualdad, alegría, felicidad, y demás situaciones agradables a la experiencia y sensaciones humanas. A continuación se hablan de algunas de ella, pensando entre las más propias para los fines del trabajo.

## **Las raíces de la Modernidad**

Los fenómenos sociales por los cuales la noción de Modernidad sentó sus bases para una nueva visión del hombre las encontramos en movimientos tales como: La Reforma Protestante encabezada por Martín Lutero y Juan Calvino en los países bajos europeos, primeramente.

La Revolución Francesa, es el segundo de los casos principales, pues en este hecho histórico es donde se postularon, por primera vez en la historia de la humanidad, las leyes para mejorar las condiciones sociales, políticas, jurídicas, morales y éticas de los individuos. Esta nueva visión del hombre moderno, hace creer que la humanidad se aproximaba hacia un nuevo y mejor mundo.

Y por último, la Revolución Industrial en Inglaterra (1750-1850), en donde los adelantos tecnológicos constituyeron los elementos más importantes que permitieron confirmar la nueva forma del mundo.

Hay que aclarar que cada uno de los hechos mencionados anteriormente, cada uno por su lado, dotaron a los sujetos de una condición sumamente diferente, tanto en lo social, lo mental, lo emotivo y los sentimientos personales. Pues lo primero que ofrecieron los tres hechos fue dotar a los individuos de la conciencia de libertad, de creencia y de empleo. Permitiendo una gran movilidad económica, política, social y cultural.

Los rasgos y características de la Modernidad, son:

“... los grandes descubrimientos en las ciencias físicas, que han cambiado nuestras imágenes del universo y nuestro lugar en él; la industrialización de la producción, que transforma el conocimiento científico en tecnología, crea nuevos entornos humanos y destruye los antiguos, acelera el ritmo general de la vida, genera nuevas formas de poder colectivo y de luchas de clases; las inmensas alteraciones demográficas, que han separado a millones de personas de su hábitat ancestral, lanzándolas a nuevas vidas a través de medio mundo; el conocimiento urbano, rápido y a menudo caótico; los sistemas de comunicación de masas, de desarrollo dinámico, que envuelven y unen a las sociedades y pueblos más diversos, los Estados cada vez más poderosos, estructurados y dirigidos burocráticamente, que se esfuerzan constantemente para ampliar sus poderes...”<sup>11</sup>

La anterior cita, no permite entender, por un lado los momentos y espacios en que se lograron romper con los lazos ancestrales a los que estaba sometida la humanidad; y por otro, que por primera vez en la historia, la humanidad experimentó un sentimiento general y abierto de un individualismo, noción que la podemos encontrar en las diferentes manifestaciones artísticas, comúnmente.

---

<sup>11</sup> Berman. M. Todo lo sólido se desvanece en el aire. p. 1

La explicación se debe a que:

“El supuesto fundamental de la modernidad, el hilo conductor que ha atravesado la sociedad occidental desde el siglo XVI, es que la unidad social de la sociedad no es el grupo, el gremio, la tribu o la ciudad, sino la persona.”<sup>12</sup>

Por lo anterior es importante mencionar de manera rápida los elementos que alimentaron a la Modernidad, ya que a través de ellos se logró moldear un nuevo perfil social y psicológico al que se había observado en épocas posteriores.

Esto, como se mencionó anteriormente, de debió a los hechos que a continuación se mencionan.

## **La Reforma Protestante**

Para E. Fromm, uno de los autores más interesados en este tema, además de ser considerado como uno de los psicólogos sociales más prominentes, la aparición de la Reforma Protestante es un hecho importante porque en ella se dan los primeros brotes sobre la noción de libertad del ser humano. Puesto que este es el primer movimiento en que el hombre se declara como “entidad separada y autónoma...”<sup>13</sup>

Sobre ello, el propio autor, nos recuerda que el Feudalismo fue la época en donde la ideología de la Iglesia católica imperaba sobre el orden social y en todos los espacios públicos y privados, tanto en el orden ético, moral y geográfico de Europa. Esta ideología tiene como fundamento principal la fe en Dios.

Debido a ello, el hombre se concebía como una criatura de Dios, y es por lo tanto, instrumento de sus designios. Esta relación del hombre y de Dios era llevada a cabo por el carácter de sumisión adquirida por la propia impotencia de no tener más conocimiento para explicar el funcionamiento del

---

<sup>12</sup> Bell. D. Las contradicciones culturales del capitalismo. p. 28

<sup>13</sup> Fromm. E. El miedo a la libertad. p. 17

mundo. Este pensamiento se debió principalmente a que la única fuente de conocimiento racional y moral era la Biblia. Esta cosmovisión impedía al hombre sentirse un ser completo, llenos de felicidad y alegría.

Esta condición del hombre perduró por más de diez siglos. El rompimiento se da cuando en Europa, sobre todo en los países bajos de la actual Alemania y Holanda, se inicia el movimiento ideológico realizado por Martín Lutero y Juan Calvino. Quienes a través de reinterpretar la "palabra de dios" comprendida en la Biblia, promueven el rompimiento con la Iglesia católica apostólica Romana, debido a los condicionamientos a los que somete a los hombres. Por ello deciden formar nuevas iglesias nombradas Luterana y Calvinista. El papel central de estas nuevas religiones era hacer un "llamamiento [a] expresar aquel nuevo sentimiento de libertad y de independencia"<sup>14</sup> con respecto de la autoridad divina encarnada por la figura del Papa y la institución que él representa. Este suceso marca el inicio de movimientos ideológico-sociales por toda Europa, dispuestos a cambiar la estructura social de esos tiempos.

A través de este cambio ideológico:

“El sistema social medieval quedó destruido y con él la estabilidad y la relativa seguridad que ofrecía al individuo. Ahora, con los comienzos del capitalismo, todas las clases empezaron a moverse. Dejó de haber un lugar fijo en el orden económico que pudiera ser considerado como natural, como incuestionable. El individuo fue dejado solo, todo dependía de su propio esfuerzo y no de la seguridad de su posición tradicional.”<sup>15</sup>

Este movimiento hizo que el hombre medieval concibiera desde otro punto de vista su noción y relación con Dios, por primera vez en la historia de la humanidad se advierte un movimiento que señala la nueva condición de libertad del individuo.

La Reforma Protestante significó, en este sentido, que el hombre ya no necesitaba de intermediario alguno para relacionarse con Dios: a éste se le

---

<sup>14</sup> Ibidem. p. 78

<sup>15</sup> Ibidem. p. 74

podía adorar en todas las formas y a través de las más diversas actividades que realizara el hombre, entre ellas, la de trabajar y producir dinero y llegar a ser rico, aun sin tener derecho divino. Dándose, así de esta manera nacimiento de la mentalidad y el momento óptimo para el surgimiento del capitalismo burgués.

La importancia de la Reforma Protestante para la noción de Modernidad, radicó en otorgarle al hombre su reconocimiento, por primera vez en el mundo occidental como un ser individual, autónomo y separado de cualquier tipo de institución milenaria, clásica y tradicional. De esta manera, el hombre occidental adquiere y se declara completamente responsable de sus actos y de sus decisiones dentro del mundo.

## **La Revolución Francesa**

El 14 de julio de 1789 se toma por asalto a la Bastilla, sitio simbólico de la vieja clase dominante de Francia, y en pocas horas queda destruida hasta en su última piedra. Este hecho marca el inicio de la revolución social más importante del mundo occidental y una de las transformaciones más espectaculares de la historia, ya que este fenómeno demostró la rapidez del tránsito y movilidad de la vieja estructura social hacia una nueva sociedad.

Este fenómeno demostró y puso de manifiesto cambios que se plasmaron dentro de lo social, lo político, lo ideológico, espiritual y emotivo dentro de la forma de organización social.

Los ideales que alimentaron al surgimiento de la Revolución Francesa se encuentran en el Enciclopedismo<sup>16</sup> francés, caracterizado sobre todo porque los esfuerzos de este movimiento ideológico, filosófico y humanitario se dedicaron a realizar una revisión a fondo de las concepciones medievales y feudales, ya que aún quedaban como residuo de las clases tradicionales, tales como el clero y a la nobleza terrateniente. De esta labor en poco tiempo emanó en el pensamiento que afirmaba que la razón sería el móvil para que los

---

<sup>16</sup> Los enciclopedistas tomaron su nombre del hecho de “haber compuesto la Enciclopedia o el diccionario de las ciencias, artes y oficios en 30 tomos. Este grupo esta compuesto por librepensadores posteriores a Montesquieu y a Voltaire. Entre ellos destacaban J.J. Rousseau, Diderot, d’Alembert”. Manual de Historia y Economía (compendio).

hombres alcanzaran su libertad exigida en todos sus terrenos.

Por otro lado, el Enciclopedismo se vio a la búsqueda de las leyes que regían la naturaleza y a la sociedad. Esto lo pretendieron por medio del método científico, a través de métodos teóricos y técnicos medibles y cuantificables, por medio de un pensamiento lógico, razonable y susceptible de comprobación, gracias a la experimentación y repetición. Por tal motivo, en esta nueva era para la humanidad se desplaza la fe de un Dios hacia la razón en el conocimiento, como medio para explicar los fenómenos del universo.

No solamente el aspecto social le preocupaba a las corrientes filosóficas que alimentaron a la revolución francesa; ya que también tuvieron la intención de implantar una nueva religión universal: El culto a la Razón. Este nuevo ideal fue iniciado con la destrucción de las tradiciones oligárquicas con respecto a la educación oficial. Como resultado directo de ello se abolieron las viejas universidades y academias pertenecientes al clero principalmente, y se fundaron varias escuelas y universidades libres de las constricciones de las viejas instituciones educativas francesas.

Es así como a través de la Revolución Francesa se pensó llegar a la condición total de libertad, igualdad del hombre, ya que esta revuelta social se caracterizó por haber realizado la Declaración de los derechos del hombre y el ciudadano. Esto se tomó como un anuncio del cumplimiento de los verdaderos deseos y anhelos de la sociedad, entre los que proclamaban: la libertad de pensamiento, de prensa, de reunión, de cultos y de petición, así como el derecho de trabajo y a la instrucción. Otra cosa que se pedía fue el reconocimiento al derecho del pueblo a la organización de insurrecciones.

Este proceso cultural transformó el orden establecido en Europa, el cual abarcó los ámbitos más variados en los que se desenvolvía el hombre, ciencia, tecnología, arte, pensamiento filosófico, entre los más destacados. Por medio de ello, sentó las bases para que el ser humano se reconociera a sí mismo como un ser único dentro del universo, como única especie dotada de conciencia y responsable de sus actos.

Así, de esta manera, pensamientos sobre la nueva condición del hombre, del pasado, el presente y el futuro, apoyado en leyes científicas,

instrumentos de medición y experimentos hicieron ver al mundo de una manera muy diferente. Nada escapaba al estudio científico. La naturaleza, el cielo, las estrellas, los animales, la sociedad, el hombre mismo, fueron sometidos al rigor del nuevo conocimiento, con la finalidad de convertirlos en objetos medibles y cuantificables. Todo ello con la finalidad de comprender, en su completa forma funcionamiento el universo.<sup>17</sup>

Este esplendor enciclopedista tiñó la nueva estructura social del mundo moderno, ya que el:

“... proyecto de la modernidad formulado en el siglo XVIII por los filósofos de la Ilustración consistió en sus esfuerzos para desarrollar una ciencia objetiva, una moral y leyes universales y un arte autónomo...”<sup>18</sup>

Bajo el anterior principio, podemos darnos cuenta que el eje rector de la Revolución Francesa estaba dirigido a utilizar la mayor acumulación de conocimiento científico para el enriquecimiento de la vida social, es decir, “para la organización racional de la vida cotidiana.”<sup>19</sup>

Esta nueva forma de pensamiento dio como resultado el surgimiento de grandes movimientos en los que se manifiesta la nueva conciencia del hombre moderno. El primer cambio que da el hombre ante su nueva situación es de cuestionar el papel y la función de todas las autoridades e instituciones a las que por siglos habían rendido culto y cuentas

Así, ante este panorama, podemos observar que los pensadores promotores de la Revolución francesa tenían la expectativa de que por medio de las artes y la ciencia se pudiera tener el control, no sólo de las fuerzas naturales, de la comprensión del mundo y de la conciencia externa e interna del yo. Esto tenía como objetivo principal encaminar a la humanidad, encerrada en el mundo occidental medieval, hacia el camino de un progreso moral, de justicia e igualdad entre las instituciones y los hombres, así como de la felicidad.

---

<sup>17</sup>Esta tradición científica occidental es iniciada por Francis Bacon (Bacon, Francis, barón de Verulam. 1561-1626). Los escritos de Bacon se engloban en tres categorías: filosóficas, literarias y políticas.

<sup>18</sup> Foster. Hal. La posmodernidad. p. 28

<sup>19</sup> Ibidem.

## La Revolución Industrial

El tercer movimiento que transformó la situación del individuo y que configuró las bases económicas de la Era Modernidad, fue la Revolución Industrial ocurrida en Inglaterra.

“Se conoce como etapa industrial, o por Revolución Industrial, el conjunto de fenómenos que se iniciaron en Gran Bretaña entre 1750-1850, a partir de la invención y aplicación de la máquina de vapor...”<sup>20</sup>

Destinado a mejorar las principales actividades de producción de la vida cotidiana.

Este movimiento se dio gracias a que a partir de la invención y aplicación de la máquina de vapor se extendió el transporte para la distribución de manufacturas, telas, herramientas, alimentos, artesanías, y sobre todo, de personas de un lugar a otro.

Es verdad que la Revolución Industrial se caracterizó por una serie de innovaciones dentro de la ciencia y la tecnología, sólo con la idea de mejorar la condición del hombre. Sin embargo, también trajo elementos que hacen cuestionar su capacidad para otorgarle el mejor estado de verdadera y auténtica libertad humana.

El amplio desarrollo experimentado por la tecnología y la ciencia, sentó las bases para la nueva clase social y para el desarrollo económico sin precedentes en la historia.

A este nuevo panorama histórico podemos denominarlo como la era industrial, ya que su característica principal fue la de sustituir el proceso de manufactura y artesanía por sistemas más rápidos y complejos de producción. Esta nueva situación trajo consigo una serie de contradicciones dentro de la sociedad, ocasionada porque el trabajo industrial que aumentara “la explotación y el empobrecimiento [así como] la presión individual y económica”<sup>21</sup>. Este

---

<sup>20</sup>Salvat. Colección. La sociedad de consumo. p. 24-25

<sup>21</sup> Fromm. E. Op. Cit. p. 74



fenómeno lanzó al hombre moderno a una condición indigente, como consecuencia directa de esta nueva tecnificación de la vida humana.

Una breve descripción al respecto pone al tanto de la verdadera condición de soledad y desesperanza que había creado el advenimiento de la era industrial.

“A partir del siglo XIX (...) La Revolución Industrial, indujo a miles de campesinos a emigrar a las ciudades, lo que resultó en hacinamiento y empeoramiento de las condiciones de vida y alimentación. Esto trajo enfermedades como tuberculosis, fiebre tifoidea, cólera y otras, y los recién llegados, sin familia ni hogar...”<sup>22</sup>

La Revolución Industrial dio como resultado modificaciones profundas en la sociedad. De las cuales surgieron grandes problemas que denigraron la condición humana. Estos hechos contradecían claramente el mito que se había creado en torno del progreso científico y tecnológico.

## **Los nuevos territorios**

La noción de Modernidad pretendió darle al individuo la completa y amplia libertad política, ideológica, económica, social y cultural, puesto que lentamente se iban dando las condiciones suficiente para cambiar a la sociedad y al individuo. Todo, con la finalidad de que expresará abiertamente sus ideales; dirigido principalmente a encontrar elementos para obtener una verdadera libertad, en todos los sentidos: de culto, de mercado, de movilidad social, de viajar.

Ante esta nueva visión del mundo las instituciones tradicionales se vieron relegadas de su papel central para regir la vida de hombres y mujeres. Lo que ocasionó que la voluntad de hombres y mujeres apareciera como parte indivisible de su propio cuerpo.

---

<sup>22</sup> Carranza.F. Revolucionarios de la ciencia. p. 23

Debido a ello la Modernidad significó el momento en que la humanidad experimentó uno de los cambios más significativo en su historia, ya que a través de ellos se encontró una mayor facilidad para que tanto hombres como mujeres tuvieran una mayor facilidad para tomar sus decisiones personales.

Esta libertad de elección originó grandes oleadas de inmigraciones. Las principales del campo a la ciudad. Las ciudades de mayor importancia comenzaban a presentar los primer signos de crecimiento, desarrollo y progreso, gracias a los adelantos técnicos y científicos. Debido a esto las ciudades prontamente comenzaron a necesitar mayor personal para laborar y producir artículos, bienes y servicios para un mercado grande y más basto.

Sin en cambio, los campesinos lo único que encontraron al momento de llegar a las ciudades fueron lugares sucios, sin condiciones higiénicas optimas. Ya que ellos se situaron juntos a fabricas, por ello siempre estaban llenos de hollín.

Este fue el nuevo lugar asignado para el nuevo hombre moderno. Quien fue nombrado con un nuevo nombre: obrero.

Esta nueva condición de vida en las urbes industrializadas ocasionaron que el individuo moderno sufriera un deterioro del nivel de vida con el que había soñado al llegar a la ciudad. Este sentimiento de miseria ocasionó nuevas olas de emigraciones hacia otros continentes: las ciudades europeas no eran ya suficientes, se necesitaban nuevas tierra en donde encontrar “La tierra prometida. La tierra de las nuevas oportunidades.”

Así es que más de:

“50 millones de europeos decidieron embarcarse hacia países como Estados Unidos, Argentina o Australia, el 15 por ciento de la población, dejó Europa.”<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> “El éxodo a las ciudades fue impresionante. En poco más de un siglo la población de Londres y París se multiplicó por cuatro, la de Viena, por cinco, la de Berlín por nueve. Más espectacular aún fue el crecimiento de las poblaciones de las ciudades del Nuevo Mundo, pues en ellas se agregó la inmigración europea: Buenos Aires creció treinta veces, Nueva York, ochenta. En innumerables lugares lo que eran pequeñas aldeas se transformaron en ciudades.” Ibidem. p. 245-246

La importancia de las inmigraciones reside en que transformaron radicalmente la estructura social del viejo mundo. La condición del hombre estaba siendo rápidamente desplazada. Una nueva forma de organización social se vislumbraba en los inicios de la era de industrialización por todas partes del mundo.

Países como Inglaterra, Francia, Alemania, Estados Unidos, presentaron toda una centuria de constantes olas de emigrantes. Las ciudades año con año crecían; de igual forma, lo hacía sus necesidades en cuanto a los alimentos, los servicios de transporte, los empleos. Simultáneamente a este constante crecimiento, lo hacía los instrumentos de producción.

Ante esta necesidad la ciencia y la tecnología brindaron una nueva respuesta para solucionar y agilizar la movilización de la nueva sociedad. En el mismo periodo se experimentó uno de los avances más significativos en los medios de comunicación.

Si bien la Modernidad, como proyecto social, dotó de progreso y crecimiento en todos los sentidos a la humanidad. Su proyecto se contradujo cuando sometió al ser humano, a esa unidad social, a una simple expresión de los sentimientos más deshumanizados, mezcla de la soledad, angustia, apatía ocasionados por la explotación constante y por la falta de conocimiento de sí mismo.

Así, desde esta época aparece el término individualismo, que para D. Bell, es la manera radical en que el hombre se comporta en la sociedad burguesa, determinada por la economía burguesa, la cual absorbe la calidad y la capacidad de vivir la vida de cada uno de los sujetos.

## Capítulo II.- Los medios de comunicación modernos

### El nuevo mundo

En 1826 Nicéphore Niepce logra aplicar con un rotundo éxito la fijación de una imagen en un material por medio del principio de la cámara oscura. Más tarde, en 1831, el pintor francés Louis J. I. Daguerre realiza las primeras fotografías de "plancha" durante veinte minutos, mas fueron ocho años los que tuvo que esperar Daguerre para poder imprimir los primeros daguerrotipos.

Samuel F. B. Morse en 1837 inventa los primeros equipos de transmisión telegráfica, el nombre que lleva su invento es el telégrafo. Cincuenta años más tarde en Norteamérica, Alejandro Graham Bell construye el primer teléfono capaz de transmitir y recibir señales emitidas de la voz humana con toda una claridad y nitidez.

Mientras que en el año de 1895 se considera como el momento en que se desarrolla y perfecciona la radio por Guillermo Marconi.

Esta tendencia hacia un amplio desarrollo en los primeros medios de comunicación se manifestó por todas las partes del mundo.

“El 28 de diciembre de 1895 [se dan inicio a las proyecciones públicas] del cinematógrafo de los hermanos Lumière (...) [Mientras que en América] el 14 de abril de 1894 se abre en Nueva York el primer salón de kinetoscope partor para exhibiciones individuales de breves filmes, los cuales comenzaron a filmarse en 1893... Alemania con los Anschütz [quienes realizaron] algunas proyecciones también en con ese fin, a partir del 25 de noviembre de 1894... los hermanos Skladanowsky quienes el 1º de noviembre de 1895 iniciaron una serie de proyecciones públicas en el Wintergarten de Berlín... La Gran Bretaña con Friese Green (de quien se afirmaba había filmado y proyectado algunos filmes breves desde 1889).”<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Tosi, V. El cine antes de Lumière. p. 9

El surgimiento de los primeros medios de comunicación de masas en un periodo relativamente corto en la historia de la humanidad, se debe ante todo, por un lado, al amplio crecimiento de la ciencia y técnica aplicadas en el campo de la química y la física. Mientras que por otro lado, se debe a que el mundo conocido crecía a pasos agigantados, y se necesitaban de instrumentos capaces de permitir un contacto más rápido y directo entre los humanos en cualquier lugar que estuvieran.

Este intenso desarrollo de los medios de comunicación fue el elemento que necesitaba la modernidad para, por un lado, solucionar los nuevos retos y problemas adquiridos por el gran despliegue de recursos destinados a transformar la mentalidad del hombre en un periodo relativamente corto; mientras que por el otro, se reafirmaba esta tendencia incontrolable a eliminar la visión y mentalidad pasada, tradicional y vieja de todo lo que rodeaba al hombre.

Ante esto, los sucesos ocurridos en cualquier parte del mundo, eran difundidos a una velocidad hasta esas fechas increíble. Ya no había barreras físicas, geográficas que le impidieran al hombre llegar a cualquier lugar del mundo. Un ejemplo lo tenemos cuando:

“Las comunicaciones intercontinentales por vía marítima se habían extendido a través de los continentes por medio de ferrocarriles. La primera vía férrea transcontinental en los Estados Unidos se inauguró en 1869; el Canadian Pacific Railway quedó terminado en 1885, y los ferrocarriles Transcaucásico y Transiberiano en 1905 (...) Nunca antes había sido tan fácil, tan barato y tan rápido el desplazamiento de personas y de mercancías de una parte del globo a otra.”<sup>25</sup>

En este sentido los medios de comunicación permitieron al hombre el cambio de ideas, de lugar de residencia, de mercancías y sobre todo, de mentalidad.

---

<sup>25</sup> Thompson. D. Historia Mundial de 1914 a 1968, p. 44

La conjugación de las condiciones industriales y la aparición de los medios de comunicación en todas las megalopolis del mundo, crearon la ilusión de que en esos lugares se podrían hallar las condiciones más óptimas por las cuales los individuos alcanzarían a realizar sus más anhelados sueños.

Pero en la realidad los proyectos y deseos de los emigrantes, quedaron en simples ilusiones, porque lo único que encontraron fue el desgaste y erosión rápidamente de la familia, de las relaciones humanas y del propio individuo, ya que:

“... a principio de siglo [XX], en Europa el pueblo seguía viviendo como en las épocas pasadas. Su medio ambiente era dominado por la escasez, la mala alimentación, el miedo a las pestilencias y la inseguridad con respecto a futuro tanto lejano como cercano...”<sup>26</sup>

Esta nueva condición a principios de siglo ocasionó una “mutación sociológica”<sup>27</sup>, porque en este corto tiempo se incorporaron nuevas capas a una estructura social, económica, político o cultural.

La transformación radical de la sociedad incorporó un nuevo significado para el individuo, porque bajo esta premisa, la estructura social en la industrialización cambió más rápidamente sus: “hábitos, las costumbres y los modos tradicionales...”<sup>28</sup>

Desde este momento se percibe como el ser humano se convierte en un ente individual, personal, egoísta, que está completamente sólo en el mundo, sin la ayuda de alguien. Todos los individuos se encontraban en las mismas condiciones, no existía momento para la ayuda mutua.

Cabe recordar que antes del surgimiento de la modernidad, por lo general el individuo estaba dotado de características sociales específicas dentro de la organización social. El individuo podía ser artesano, herrero, campesino, y esta misma condición debía ser la misma para la toda la comunidad, para el señor feudal y toda las otras clases sociales, y de igual

---

<sup>26</sup> Carranza. F. Op. cit

<sup>27</sup> Bell. D. Las contradicciones del culturales del capitalismo. p. 30

<sup>28</sup> Ibidem

forma para Dios. La condición social del sujeto venía dada desde su nacimiento, le era propia por naturaleza, así desde que nacía hasta que moría, era el mismo. Con la llegada del periodo moderno esta capacidad de reconocimiento social, económico, político quedó completamente eliminada.

## **El mundo de las voces**

Desde las épocas primitivas y poco antes del advenimiento de la sociedad industrial, cargada de descubrimiento en los campos de la química y la física, la comunicación de los seres humanos dependía, por lo general, de un contacto “cara a cara, de personas a personas.”<sup>29</sup>

Pero con la velocidad con la que crecía la sociedad industrial por medio de las migraciones a las ciudades, el ritmo de producción, la necesidad de nuevos servicios y trabajos, de contratar a un número mayor de personal, la sociedad industrial tuvo que construir nuevos canales de comunicación e información.

Es por ello que:

“La sociedad de la segunda ola necesitaba —y, nada sorprendente, inventó— poderosos medios para enviar el mismo mensaje a muchas personas a la vez, de una manera barata, rápida y segura.”<sup>30</sup>

El acceso de los medios de comunicación en la época moderna contribuyó de enorme manera a la estructuración en el orden social, personal, público y privado. Porque a través de ellos se introdujo un nuevo conocimiento del mundo en el interior de los hogares de todo el mundo. La radio y el teléfono fueron los primeros medios por los cuales las voces de todo el mundo, podían escucharse en salas, cocinas, cocheras y jardines del hogar.

---

<sup>29</sup> Toffler, A. La tercera ola. p. 47

<sup>30</sup> Ibidem. p. 48

Debido a ello:

“Alexander Graham Bell consideraba que la red telefónica sería primordialmente un instrumento de diversión, al transmitir conciertos y óperas en los hogares.”<sup>31</sup>

Así, de esta forma, el teléfono fue considerado:

“... como un medio masivo para la distribución de servicios que ahora asociamos con la radiotransmisión: noticias, música, entretenimiento y programas de interés público.”<sup>32</sup>

Esta nuevo medio de comunicación fue rápidamente utilizado como canal de entretenimiento, pues música estereofónica fue transmitida desde salas de ópera en vivo desde localidades de Europa. Y en 1884, en la capital de Budapest:

“... el sistema telefónico local transmitía un programa diario con boletines noticiosos, acontecimientos locales, sermones, música y funciones de teatro, a través de una red que llegó a tener más de 270 kilómetros.”<sup>33</sup>

Esta incidencia en la vida privada de los sujetos perfiló al crecimiento y el establecimiento de la sociedad de masas.

“A principio de siglo, los sociólogos descubrieron cómo una civilización urbana en expansión estaba reemplazando a las comunidades rurales primarias, en las cuales mucha gente había vivido durante milenios. Las grandes ciudades, las grandes fábricas, la movilidad geográfica, la burocracia y los medios de comunicación estaban creando —decían— una sociedad marcada por la anomia, la impersonalidad y los productos poco diferenciados.”<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Dizard. W. La era de la información, p. 31

<sup>32</sup> Ibidem. p. 45

<sup>33</sup> Ibidem

<sup>34</sup> Williams. R. (ed). Historia de la comunicación, (vol 2) p.p. 84-85



Esto sucedía en la evolución que tenía el teléfono como medio masivo, mientras que por su parte, la radio se perfilaba como un medio con una alta penetración dentro de la sociedad, la cual le ponía cada vez mayor interés y atención.

Es así, que después de 25 años del perfeccionamiento técnico para transmitir y recibir señales de ondas hertzianas, y de un largo debate sobre el uso, reglamentación y legislación entre intereses y consecuencias económicas, geográficas, políticas de la radio, en 1920 se inauguró la primera estación de radio comercial “con todas las de la ley, la KDKA, de Pittsburgh”<sup>35</sup>. Mientras que por su parte la BBC de Londres se estableció en 1922 y en 1923 desde la torre Eiffel dos estaciones francesas ya transmitían su programación.

La radio desde el primer momento se convirtió en un medio destinado para el entretenimiento hogareño. Es desde esta concepción, que la introducción de los medios de comunicación en el hogar perfilan la condición de anonimato, soledad y dependencia del sujeto industrial.

A través de la radio las personas ya no tenían el interés por ir a platicar con el vecino, a entablar una relación social nueva o simple y sencillamente a interesarse por conocer otras formas de pensar y de ver al mundo.

Las relaciones sociales fueron desapareciendo gradualmente para los sujetos una vez que los medios de comunicación de masas dominaron la escena social.

La radio en este sentido sustituyó la función social, ética y moral centrada por tradición ancestral a padres, abuelos o tíos. La transmisión oral del conocimiento social, ético, moral y religioso fueron dejados exclusivamente para la radio. Las leyendas, los cuentos, las narraciones extraordinarias que le daban sustento y unión a la familia, fueron reducidas a escuchar las voces del mundo emitidas por una caja mágica. Nuevamente el conocimiento del mundo tiene una transformación en su origen.

En este sentido socio-cultural, la radio proporcionó mucho más misterio, atención y pasión que las narraciones contadas por los padres, las

---

<sup>35</sup> Ibidem. p.p. 86-87

madres, los abuelos o los tíos frente al fuego de la chimenea. Las voces salidas de la radio ponían a disposición de las personas nuevas historias, nuevas aventuras provenientes de diferentes lugares, desconocidos por cierto, y de personas escondidas en un anonimato físico, cargando la atmósfera radial con un aura misteriosa, exótica y por demás fascinante.

Un claro ejemplo de lo anterior lo hallamos en las emisiones iniciales de las radionovelas, éstas desde sus primeras transmisiones tuvieron como eje principal, girar sus temas en torno a situaciones de amor, desamor, intriga y pasión. Esta manera puede interpretarse la forma en que se fomentó, a muy temprana edad, una especial dependencia emocional de los sujetos hacia los medios de comunicación.

El imaginario colectivo de una sociedad fascinada de seres carentes de cuerpos y rostros, únicamente conocidos a través de sus voces, constituyó una de las características más importantes de la sociedad de masas, ya que las personas que estaban al tanto de lo que sucedía por la radio, deformaban la realidad existente, y creían más en las historias ficticias emitidas, así como en las situaciones irreales y fantásticas que llegaron a ocasionar graves incidentes en la vida social, política y económica de las sociedades.

Encontramos así el cierre del circuito de los medios de comunicación moldeando la realidad del sujeto, cambiando la forma de entender al universo, a las personas a través de emisiones de una figura mágica, fantástica de los medios de comunicación.

De esta manera advertimos que la experiencia radiofónica desde sus inicios comerciales se constituyó como una actividad privada, individual, alterando la forma en que se relaciona el sujeto con el resto de la comunidad.

Las actividades sociales comunes hasta los primeros momentos de la sociedad de masas, tales como ir a las actividades religiosas los fines de semana, ir a la feria regional, al teatro, ir al cine, o incluso a los salones de baile perdieron su papel como actividades encargadas de fomentar las relaciones sociales. En estos momentos se podía intercambiar opiniones de determinado asunto de la comunidad, reflexiones sobre determinado tema político, económico, deportivo o cultural.

Con la presencia más arraigada de la radio en la vida del sujeto, estas actividades perdieron su encanto, su afecto y sus vínculos emotivos. Porque por medio de los programas de la radio se daban las noticias más importantes, se comentaban los acontecimientos sociales, políticos, económicos, culturales y deportivos de mayor relevancia, sin que las personas tuviesen que moverse de sus hogares.

El resultado directo del gran impacto ocasionado por la radio fue el de hacerlas más anónimas, más solas y con una capacidad imaginativa, que en momentos llegaban a confundir la realidad con lo que escuchaban en los programas transmitidos, puesto que ya no tenían un contacto social más abierto, constante con los demás sujetos. También ocasionó, por otro lado, una conciencia social similar, estandarizada y uniforme para todo el público. Este fenómeno se tradujo en lo que hoy conocemos como la formación de las «masas sociales». Esto se refleja en las prácticas, preferencias, gustos y emociones expresadas en una manera idéntica, igual o similar. Esta visión del mundo era adquirida por el mismo canal de información, el cual contenía la misma forma de entender y ver la realidad, los mismo consejos y recomendaciones para vivir la vida, los mismo amores radiofónicos, los mismo gustos musicales.

### **El mundo en las imágenes**

La modernidad trajo consigo aparejadas modificaciones, tanto profundas como positivas y negativas, como se han explicado algunas en este trabajo. Entre aquellas que lograr cambiar el mundo, en el sentido más estricto las encontramos en:

“la máquina de coser, el cemento Portland, la máquina de escribir, la electricidad que dio origen a la luz incandescente...”<sup>36</sup>

Como lo llama el investigador Fermín Carranza:

“Estos frutos de la inventiva humana hicieron que los

---

<sup>36</sup> Carranza, F. Op. Cit. p. 33

pueblos dispusieran de elementos del diario vivir, como ropa, zapatos, comestibles, muebles, a precios del alcance de la clase media.”<sup>37</sup>

Pero los sujetos de la modernidad no solamente querían tener objetos similares o muy parecidos, en apariencia como las clases más adineradas, sino que además querían, tener en cierta forma aquella manera para poder autorrepresentarse como los grandes señores hacían por medio de la pintura o los retratistas.

Es por ello que la fotografía se convierte en signo fundamental para las nuevas clases del nuevo mundo moderno, ya que en este modo de autorrepresentación, encuentran el medio para no solamente verse, sino para trascender en el tiempo.

Como dice Gisèle Freund, muy acertadamente:

“El retrato fotográfico corresponde a una fase particular de la evolución social: el ascenso de la amplia capa de la sociedad hacia un mayor significado político y social.”<sup>38</sup>

A continuación abordamos más al respecto de este tema.

### **a) La fotografía**

El interés por reproducir las diferentes formas de la realidad a través de métodos mecánicos son muy variados, y tan viejos como la misma historia.

Pero los primeros intentos por lograr plasmar parte del mundo sobre una superficie con una rapidez, un bajo costo y, además, que pudiera apegarse lo más cercano a la realidad al captar la mayoría de los elementos que la integran, los encontramos en el año 1826, cuando:

“Nicéphoro Nipce [fue] el primero en aplicar con éxito la

---

<sup>37</sup> Ibidem

<sup>38</sup> Freund, G. La fotografía como documento social. p. 13

cámara oscura a la fotografía.”<sup>39</sup>

Las características por las que este nuevo método tuvo tanta popularidad y que llamó la atención de la población, consistieron en que las imágenes eran proyectadas sobre una piedra de impresión litográfica a través del principio de la cámara oscura. Así, de esta forma, se sustituía el trazo manual del dibujo que se deseaba reproducir, pues la luz y las sustancias realizaban tal proceso; la otra, y la más importante para la masificación de la fotografía entre la población, fue que gracias a este proceso la multiplicación de imágenes podía hacerse de manera rápida, a bajo costo y en todos los tamaños.

Más tarde, en 1839, Louis-Jacques Daguerre logró imprimir los primeros daguerrotipos. Éstos consistían en aplicar el mismo principio de la cámara oscura, mas el inconveniente de este método, consistió en que las imágenes podían ser impresas sobre metal, característica no reproducible en cantidades masivas.

Pero sería el:

“... inglés Williams Fox Talbot quien resolviera el problema de la reproducibilidad de la imagen con el sistema negativo-positivo sobre papel.”<sup>40</sup>

Esta sería posteriormente la característica por la cual la fotografía fue un rasgo de la naciente sociedad de masas.

Desde este punto de vista, el objetivo particular de la fotografía fue el de ser utilizada como un registro de imágenes que pasado el tiempo podrían ser miradas y apreciadas nuevamente. Bajo este principio la fotografía en la cultura industrial fue un medio por el cual objetos, paisajes, personas, entre otros, comenzaron a ser poseídos y atrapados en un pedazo de papel.

Este sentido de posesión fue promovido por la lógica de economizar de dinero, tiempo y esfuerzo. Pues la técnica fotográfica permitió transportar ante las personas los lugares más extraños y desconocidos; también llevó frente a

---

<sup>39</sup> Quijada. M. A. La televisión p. 18

<sup>40</sup> Gubern. R. La mirada opulenta. p. 147

sus ojos a objetos, animales y otras personas completamente desconocidos, sin que recorrieran grandes distancias o gastaran grandes cantidades de dinero.

En este sentido Román Gubern dice que:

“... la fotografía nace en el seno de una cultura burguesa alimentada con el combustible de los negocios, entronizados como razón de ser de una nueva civilización mercantil.”<sup>41</sup>

Así, el fenómeno de la cultura de masa se da por iniciado desde el momento en que un medio de comunicación, en este caso la fotografía, hacen que las clases más populares puedan acceder a ella, así como a:

“... los criterios burgueses establecidos en materia de elegancia, porte, vestuario, pose, etcétera.”<sup>42</sup>

Podemos decir que, desde estos momentos, el resultado de los medios de comunicación es alimentar el sentimiento de sedentarismo, gracias a que ellos son los productores de la memoria visual. Esto se debe al hecho de que la fotografía por su viveza y realidad física transmite emociones y sensaciones que hacen experimentar los más conocidos sentimientos en la especie humana.

La fotografía, en palabras de R. Gubern, satisface los «apetitos más sensoriales», porque en ellas se encuentra «la ilusión del realismo». El ejemplo más claro de ellos, puesto por el propio autor, de este fenómeno óptico se encuentra en las revistas pornográficas y recetarios gastronómicos, ya que las fotografías incluidas en ellas están:

“... destinadas en ambos casos a apelar a la libido (erótica y nutritiva) con sus ilusiones hiperrealistas.”<sup>43</sup>

Aunado a ello, la fotografía debe de su gran éxito, al hecho de que en la historia fue un medio de comunicación en el que la sociedad no encontró trabas ni restricciones para su contemplación y apreciación de corte

---

<sup>41</sup> Ibidem. p. 146

<sup>42</sup> Ibidem. p. 179

<sup>43</sup> Ibidem. p. 157

intelectual, y sobre el cual pudo acceder de manera no muy costosa. Puesto que para ver, no se necesita educación especial alguna y no se necesitaba tener grandes cantidades de dinero para hacerse una fotografía, muy diferente al hecho de mandar hacer un retrato o pintura. Cuestión que en otros medios de comunicación, como la lectura de los libros y la prensa; la apreciación de pinturas, grabados y esculturas, era indispensable tener una aproximación cultural para poder apreciar el objeto observado.

Para finalizar con este apartado, es importante mencionar los que dice G. Freund, sobre la importancia de la fotografía para la sociedad industrial al ver:

“El ascenso de las capas sociales [provocaron] la necesidad de producirlo todo en grandes cantidades, y particularmente los retratos. Pues «mandarse hacer un retrato» era uno de esos actos simbólicos mediante los cuales los individuos de las clases sociales ascendentes manifestaban su ascenso.”<sup>44</sup>

Pero la nueva clase social, el proletariado, los obreros, también trataron de reafirmarse como clase, vieron en la fotografía el medio idóneo para representarse a sí mismos.

“... desde el más rico, pasando por el pequeño burgués, hasta el más pobre encontraron en la fotografía un recurso estético, gráfico para satisfacer una necesidad social: medirse con los ricos.”<sup>45</sup>

Esta nueva democratización, como lo llama la propia Freund, indica que en la sociedad moderna el deseo de autorrepresentación, de igualdad era patente en todas las capas sociales. Para ellos la autora dice que a través de este proceso:

“La fotografía ya no se limita a un valor de documentos: se ha convertido en un símbolo de la democracia.”<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Freund. G. Op. cit. p. 13

<sup>45</sup> Ibidem. p. 58

<sup>46</sup> Ibidem. p. 65

## **b) el cartel**

Hasta este momento se pretende advertir que un medio de comunicación, una vez que llega a ser conocido y utilizado por algún sector de la sociedad, logra transformar los patrones y actitudes de los sujetos es de manera paulatina y gradual. Por ello es válido decir que el cartel para la sociedad moderna, se convirtió en un canal de comunicación social de valiosa importancia, debido a que en él se representaron gráficamente los valores, intereses, anhelos, aspiraciones tanto sociales como ideológicas de una sociedad que comenzaba, prontamente, a mostrar síntomas de erosión, evaporación de los valores tradicionales, de sus costumbres y hábitos sociales.

En el ámbito económico el cartel sirvió como el primer medio de comunicación para anunciar productos y servicios. De esta forma se tiene la aparición de la publicidad propiamente como un negocio, una profesión y una industria altamente estructurada en la sociedad de consumo. La unión de imágenes de gran tamaño y mensaje escritos crearon un impacto emocional, sentimental y cognitivo de gran relevancia, que el cartel fue considerado como un medio por excelencia para anunciar todo tipo de eventos sociales, tales como: ceremonias religiosas, fiestas de diversas regiones; así como la promoción de eventos de entretenimiento como corridas de toros, carreras de caballos, fiestas locales y como elementos que anunciaban eventos especiales de comercios, tales como librerías, zapaterías, tiendas especializadas entre otras.

Pero el cartel no únicamente, como hoy lo sabemos, se utilizó con fines comerciales, sino que su utilización como medio de comunicación que llamaba la atención de los sujetos, lo llevaron a considerarlo como un medio para difundir las diversas ideologías políticas y religiosas en países distintos.

Ejemplo de su utilización en este terreno se encuentra en la difusión de la ideología comunista soviética, pues en este caso se utilizó al cartel como “vehículo de nuevas consignas políticas antiburguesas”.<sup>47</sup> Pero este no es el único ejemplo, pues en Italia, China y Cuba el cartel fue utilizado para difundir e inculcar la ideología anticapitalista desde los inicios del siglo XX.

---

<sup>47</sup> Guber. R. La mirada opulenta, p. 187



Román Gubern define la importancia del cartel para la sociedad de consumo, debido a en él se:

“Acentuó su carácter de arte aplicada, de función netamente utilitarista, orientado hacia la persuasión social, tanto en el campo del consumo de bienes o servicios, como en el de la propagación de espectáculos y de difusión de ideas políticas.”<sup>48</sup>

Hay que recordar que en Inglaterra en el año de 1914 se conoce el cartel destinado al reclutamiento de personas civiles para participar en la Primera Guerra Mundial. El cartel que causo tanto interés mostraba el rostro de lord Ketchner, general y jefe de los servicios de reclutamiento, sobre la frase «*wants you*» (Te necesitamos). Posteriormente el concepto comunicacional sería imitado en los Estados Unidos, destinado con la misma finalidad y con el mismo concepto, en él que aparecía medio cuerpo de la imagen del Tío Sam, interpelando con el dedo extendido y con la mirada fija sobre el slogan «*I want you for U.S. Army*» (Te necesito para el ejercito americano). Situación tomada para reclutar personal para ir al frente en la Segunda Guerra Mundial.

Los anteriores ejemplo sirven para comprender la utilidad y necesidad de un medio de comunicación gráfico, que sirviera como un instrumento para influir en la conducta de las nacientes y crecientes masas urbanas:

“... tanto desde el punto de vista comercial (ligado al desarrollo capitalista de los países), como en el aspecto político (requerido para el mantenimiento del consenso social y el orden público).”<sup>49</sup>

El éxito del cartel en la sociedad consumista radicó en que era colocado en las principales calles de las ciudades -aún en la actualidad se sigue realizando esta práctica-, y su finalidad era de anunciar, informar y comunicar en forma indiscriminada a toda la nueva y creciente sociedad industrial. En este sentido el cartel, que a diferencia de la fotografía, la radio, la prensa y el teléfono -que fueron y siguen siendo medios de consumo personal- estuvo

---

<sup>48</sup> Ibidem. p. 190

<sup>49</sup> Ibidem. p. 195

destinado a ser consumido de forma visual por todos los habitantes de la ciudad. Esta característica, de colocar los carteles en espacios públicos, en donde según R. Gubern, no hay «restricciones económicas, políticas, sociales o ideológicas», para acceder a un medio de comunicación y a un mensaje, pues son lugares de máxima densidad de circulación urbana.

Es en este aspecto en donde comienza a observarse claramente uno de los principales efectos de la industrialización en las grandes ciudades del mundo, ya que comenzaron a llenarse de una mayor cantidad de sujetos, crecimiento promovido por la alta industrialización de las fábricas, los talleres, las oficinas, etcétera, creando a su vez un mayor gasto económico, un mayor consumo de productos, servicios, que a su vez se tradujo en un mayor gasto social, psicológico, emocional y existencial del sujeto consumista.

Ante este panorama sociológico puede entenderse la influencia y poder logrado del cartel, pues tanto empresarios como políticos veían en el cartel el medio más idóneo para realizar todo tipo de persuasión social, pues por medio de grandes pedazos de papel impresos colocados en todos los lugares, con una variedad de tonos y colores, los hábitos de consumo, las ideas políticas, religiosas e ideológicas, así como las costumbres podían ser identificadas a través de los mensajes pegados en las paredes, escaparates comerciales.

Bajo esta idea R. Gubern afirma que en el cartel como medio de comunicación en la sociedad de consumo se utilizó como un:

“... incitador de modas y de comportamientos de la vida cotidiana, y muy señaladamente en el área del vestido, peinado, maquillajes, etcétera, es decir, en el de la puesta en escena del propio cuerpo.”<sup>50</sup>

Ante este panorama, el propio Gubern argumenta que el cartel es un «espejo de los comportamientos colectivos», porque ellos:

“...documentan elocuentemente... los límites a la permisividad tolerada en las imágenes públicas (en materia de erotismo por ejemplo), de los criterios dominantes

---

<sup>50</sup> Ibidem. p. 201

acerca de la belleza física y de la elegancia, de los arquetipos más apreciados de su tipología social, así como de la orientación y naturaleza de sus valores, ilusiones y hasta de sus deseos inconscientes.”<sup>51</sup>

Como se mencionó anteriormente el rápido crecimiento de las ciudades demandaban nuevos medios de comunicación, y debido a esta naturaleza social, el cartel se convirtió en una canal de comunicación por excelencia en la sociedad moderna, debido a que por medio de él se pudo dirigir los mensajes comerciales, políticos, ideológicos directamente a la «sensibilidad emocional del sujeto». Tanto en el sentido comercial como político, el cartel estuvo dirigido a transmitir valores tales como la felicidad, el placer, el prestigio, poder, alegría y tristeza.

Es por ello que el cartel, como los otros medios de comunicación antes mencionados y descritos, tienen su parte para ir alejando a los sujetos de su realidad, pues el cartel se convirtió en un medio efímero, así como sus mensajes y sus propósitos. Pues todo lo que le dotaba de vida y sentido, los valores, las modas, la ideología y demás eran sustituidos rápidamente por otros, igual que con la misma rapidez se producían las mercancías en la sociedad de consumo. Esto nos lleva a considerar al cartel como un medio de comunicación que jugó un papel importante para que a tan temprana edad del siglo XX, pues los sentimientos, emociones y valores humanos fueran considerados como expresiones humana efímeras, vacías, frustrantes y desconocidas. Preparando el perfil de los sujetos a finales del milenio.

### **c) el cómic**

Los cómics surgieron en los Estados Unidos en el seno del crecimiento de la industria periodística a finales del siglo XIX, característica que les insertó desde este momento, una gran penetración en la cultura de masas derivada de la producción seriada de imágenes. Esto gracias a la alta tecnología para imprimir sobre cualquier tipo de material.

---

<sup>51</sup> Ibidem. p. 202

El constante crecimiento del número de personas en las ciudades industriales, ocasionó el fenómeno de requerir nuevos medios de entretenimiento, de esparcimiento y de lugares específicos de diversión. Y el cómic se consolidó como un importante elemento para satisfacer estos objetivos, pues desde sus primeros momentos se convirtió en uno de sus mejores y más prolíficos canales de distribución y riqueza entre las hojas de los periódicos.

El periódico tradicionalmente era considerado como un producto destinado exclusivamente para el padre de familia, puesto que en él se ha identificado como la figura que tiene que estar el tanto de todo tipo de asuntos, tanto políticos, económicos, deportivos, etcétera. Pero el cambio del público al que estaban dirigidos supuestamente los periódicos, se dio al momento de incorporarles las «tiras cómicas», produciéndose así el fenómeno de la masificación de este gusto para un nuevo medio de comunicación.

“El vehículo periodístico de los primeros cómics norteamericanos determinó que su audiencia estuviera formada por un público muy heterogéneo, interclasista e intergrupala...”<sup>52</sup>

Román Gubern afirma, al observar que a partir de la aparición de las "tiras cómicas" en los periódicos norteamericanos más prestigiados, el interés por leerlos ya no estaba una actividad exclusiva de los padres de familia. Pues a partir de este momento las esposas, los hijos menores eran atraídos a la lectura.

A través de este nuevo concepto periodístico el cómic se convirtió gradualmente en:

“... un factor clave para la socialización norteamericana en las primeras décadas del siglo.”<sup>53</sup>

Pues rápidamente el público del cómic se consolidó como un mercado seguro y fiel a los personajes aparecidos en ellos. Esto se ve reflejado en la

---

<sup>52</sup> Ibidem. p. 216

<sup>53</sup> Ibidem.

decisión que tomaron los editores al trazar diferentes tiempos establecidos para la entrega y apariciones de ellos en los periódicos, estos podían ser primeramente semanales, dominicales, en algunas ocasiones diarias o en caso extremos por meses.

Una de las razones por las que se puede explicar el poder de penetración del cómic en la población de los Estados Unidos, se debe a que ésta era en su mayoría analfabeta con relación a la comprensión y dominio de la lengua inglesa. Esta situación era a su vez ocasionada por las graduales y constantes olas de emigrantes a tierras norteamericanas de los países europeos. Éstos a su llegada a territorio americano se encontraban en una situación económica precaria lo cual impedía su acceso a medios de entretenimiento relativamente más caros que la compra de un periódico, o en casos extremos éste solía ser pedido prestado únicamente para verse las "tiras cómicas". Otro elemento relacionado con este factor económico-intelectual es que actividades como la lectura de libros, las visitas al teatro y posteriormente la entrada a las primeras incursiones del cine, eran consideradas como actividades predominantes de las clases sociales altas, con un grado de educación cultural amplia y acostumbrada a realizar ejercicios intelectuales.

Sobre este sentido, las clases medias y bajas de la sociedad eran atraídas fuerte y poderosamente por el cómic, pues éste contenía elementos que llamaban la atención de los sujetos al contemplar las imágenes aunadas a los diálogos cortos permitiendo una rápida y fácil comprensión de las secuencias, así como de los mensajes y valores. Es en este punto en que podemos encontrar un elemento más para comprender el proceso de socialización en la sociedad de masas, por un canal más de comunicación.

Los primeros cómics a principios de siglo se dedicaron principalmente a divulgar, por una parte, los códigos morales y éticos tradicionales de la sociedad, ya que estaban destinados al consumo infantil, pues con el nombre que se les conoció en primera instancia era el de *funny* (gracioso), pero con el constante incremento de los diversos sectores de la sociedad, los personajes, las tramas y los mensajes fueron creciendo de forma similar. Resultando directamente que el cómic fuera extendiéndose para todos los estratos sociales, profesiones y gustos de la sociedad.

Los géneros del cómic fueron muy diferentes, encontramos así que iban desde aquellos destinados para los niños, pasando para los adolescentes, estos a su vez dependiendo del sexo y el estilo de vida, hasta aquellos dirigidos a chicas con una mentalidad libre y sin compromisos en algún tipo de relación afectiva, hasta aquellos cómics especializados para las amas del hogar, sin olvidar claro los destinados para los maridos, que tenían un alto grado de mensajes erótico-sensuales, nombrados *pocket-boock's*.

Todos y cada uno de los géneros mencionados planteaban en sus interiores situaciones extraídas de la vida cotidiana de los sujetos, es por ello de su gran impacto e interés en la sociedad.

El interés por revisar grandes rasgos la importancia de los cómics en la sociedad de consumo o industrializada, se debe a que también en ellos se encuentran elementos suficientes que sirvieron como precursores iniciales de «modelos culturales estereotipados» como los llama R. Gubern, pues en todos ellos se encuentra el principio para difundir en todo el mundo en mito del *American way of life*, convirtiéndose en esta forma en un medio de comunicación portador de la filosofía americana.

El cómic fue, por medio de todos sus géneros, un espejo que de manera clara ponía al descubierto:

“... las relaciones familiares, de las servidumbres de la vida doméstica y de la lucha por la supervivencia cotidiana, [así como que] han constituido un ciclo que testimonia elocuentemente acerca de la «dificultad de vivir» de la pequeña burguesía urbana y sobre las ideas dominantes respecto a las relaciones conyugales.”<sup>54</sup>

Advierte Gubern al realizar una relación de los mensajes inscritos en los cómics americanos hasta antes del advenimiento de la Segunda Guerra Mundial.

Al igual que el cine hollywoodense, el cómic estadounidense se propagó rápidamente por todo el mundo, llevando a todas partes las formas

---

<sup>54</sup> Ibidem. p. 240

maneras en que se realiza el mito de la vida americana, propagando de manera inminente el gran mito de *American way of life*, ya que en el cómic, como medio de comunicación, ponía al descubierto las costumbres, los dramas y situaciones americanos en territorio europeo, primeramente. Esta situación ocasionada por los problemas económicos, políticos y sociales sufridos por toda Europa debido a los estragos ocasionados por la Primera Guerra Mundial.

Los cómics fueron elementos comunicacionales muy importantes en la sociedad de masas, pues a través de ellos se difundieron constantemente las “aspiraciones a la movilidad social de todos los sujetos”. Hay que recordar que Estados Unidos, Inglaterra, Francia y Alemania se situaban entre los países con mayor desarrollo económico, y que a su vez tenían como rasgo común entre ellos una, sociedad compuesta por una población mayormente por obreros, trabajadores domésticos, asalariados que soñaban con cambiar su estilo de vida, fórmula que dio por sentado el éxito del cómic como medio para encontrar un escape a la realidad de los sujetos.

El fenómeno de la proliferación de varios géneros y subgéneros del cómic, que iban desde la aventura de la vida cotidiana, la ciencia-ficción, el policíaco, aviación y western, así como los diversos escenarios en que las tramas y dramas se desarrollaban, puede interpretarse como una clara representación del inconsciente colectivo al que estaba sujeta no únicamente la sociedad americana, sino la de los demás países en que los cómics era consumidos, tal como es el caso de Europa, quien fue uno de los principales mercados de este producto comunicacional.

“Así, durante la desesperanza colectiva de la Depresión, los cómics americanos... propusieron a los atribulados ciudadanos unas euforizantes fugas imaginarias desde la ingrata realidad del presente a lejanos y exóticos países (el mundo colonial de la anteguerra), a los cielos (series de aviación), al pasado (Edad media, western), al futuro y a otros universos (ciencia ficción), a profesiones muy estimulantes detectives, agente secreto, pilotos).”<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Ibidem. p. 241-242

Esta es la interpretación psicológica a la que llega R. Gubern al ver al cómic como un canal más en la historia de los medios de comunicación, que sirve como un medio para la evasión de la propia realidad de los sujetos, llevándolos a estados de completa soledad y aislamiento social por medio de historia, escenarios, dramas y problemas irreales. Además de distorsionar la realidad con la creación de estereotipos sociales, culturales y psicológicos, los cuales tendían a ser imitados por los sujetos con el afán y objetivo de escaparse de su realidad.

La importancia del cómic y su relación con la condición del hombre en la Posmodernidad, se sitúa en que desde muy temprana edad del siglo XX comienza a percibirse la necesidad de los sujetos por evadirse de la realidad social a través de los medios de comunicación, en otras palabras, de cómo los medios de comunicación pueden satisfacer la necesidad de los sujetos para poder alejarse de la realidad, ya que ésta al ser parte de todo un sistema complejo tanto de producción, político, en ocasiones no logra ser aceptada por los sujetos. Esta misma tendencia puede observarse dentro de la posmodernidad a finales del siglo XX.

#### **d) el cine**

Después del perfeccionamiento de las técnicas fotográficas el resultado directo de ello fue el nacimiento del cine propiamente. El 28 de diciembre de 1895 fue la fecha en que los hermanos Augusto y Luis Lumière, hicieron la primera presentación pública en el Gran Café de París<sup>56</sup> del *cinematographe*. Mientras que el *vitascopie* hizo su primera aparición pública el 23 de abril de 1896, en el Koster and Bial's Hall, de Nueva York, inventado por Thomas Alba Edison.

Antes este panorama vivido en Europa y Norte América, el cine desde sus primeros momentos llamó la atención de la clase trabajadora debido a ser un medio de entretenimiento barato, accesible y de fácil comprensión. Con el curso del tiempo, estas características convirtieron al cine en una forma de distracción comercial de mayor demanda que los medios de comunicación conocidos hasta entonces.

---

<sup>56</sup> Williams. R. Historia de la comunicación. p. 141-142



Las cuestiones técnicas, como la de no contar con sonido, no representó un problema para aquellos que aun no hablaban el inglés como la lengua principal. Hay que recordar que Norteamérica sufrió una gran ola de inmigrantes europeos que no hablaban el inglés a finales del siglo XIX y principios del XX. Otro de los problemas que subsanó el cine al no tener títulos escritos, hizo que también fuera accesible para aquellas personas que no sabían leer. Esto hizo del cine accesible para todos los estratos sociales, ya que en general podían entender rápidamente las imágenes y comprender el significado de las primeras películas.

Después de que el problema de la sonorización quedo resuelto, el cine obtuvo un gran poder como medio de comunicación de masas, ya que en él se trataron primeramente representaciones de acontecimientos, ideas, sentimientos y emociones transmitidos públicamente. Esta modalidad de proyección de una nueva realidad influyó directamente en el estado social, psicológico y político de los sujetos. De esta manera puede percibirse el nuevo orden en la configuración de la sociedad.

Es así como, desde los primeros momentos, el cine manifestó un enorme y potente poder de atracción, que se hizo sentir en el ambiente. Las imágenes proyectadas eran capaces de transportar al público reunido en las salas a experiencias culturales, sociales, psicológicas nunca antes experimentadas por los sujetos. La inmediatez, la prontitud de las imágenes fue las responsables de tales efectos, ya que a través de ello, el cine se convirtió en un conformador universalmente aceptado por todo el mundo; en un potente medio de comunicación encargado de transportar lugares, personajes, sentimientos, emociones a lugares distantes. Este fenómeno dejó para siempre a los sujetos satisfechos y en un eterno estado de enamoramiento.

Con la incorporación del sonido<sup>57</sup> a las cintas cinematográficas el estado de admiración, adoración y deificación permitió que la influencia de este medio de comunicación en la vida social, fuera de una manera realmente sorprendente. Y en 1932 cuando el color fue incorporado en las películas, el

---

<sup>57</sup> Hay que recordar que el cine con sonido se vio por primera vez en la cinta "The jazz singer" (El cantante de jazz) en 1927. esta cinta demostró el gran atractivo de esta nueva y sorprendente característica técnica, haciendo al cine más popular entre los otros medios de comunicación existentes en esos momentos.

cine se convirtió en el difusor más importante de imágenes para la sociedad de masas, pues estas imágenes poseían más atractivo y una especial magia desconocida hasta entonces.

Fue antes y después de la Segunda Guerra Mundial, que el cine tuvo su momento de mayor gloria en toda la historia. Su utilización fue más allá de lo comercial, y se encaminó a ser una herramienta más para investigaciones científicas, industriales, académicas, educativas; y de las que más se recuerdan en la historia, su uso para fines políticos, económicos e ideológicos.

En estos usos fueron los momentos para tener en cuenta la importancia del cine para la configuración de la sociedad moderna, ya que su poderosa influencia social se hizo más patente en la creación del *star system*, signo característico de la sociedad de consumo, y sobre todo de la influencia de la ideología norteamericana a través de la meca cinematográfica: *Hollywood*.

Dentro del cine, constituido como industria económica, financiera, cultural, encontramos nuevamente la relación y fascinación entre el público y las estrellas cinematográficas solamente con el afán de ver en ellas una forma más para olvidarse de la vida real, para llenar los espacios psicológicos vacíos por una incompreensión social, sentimental, emotiva de los sujetos. Este panorama, que puede observarse desde los inicios del cine, como un producto comercial, sigue perdurando hasta el final del siglo XX. Ya que en la actualidad el cine sigue siendo un medio de comunicación en el cual los sujetos pueden ver reflejado en la pantalla todas aquellas ilusiones, deseos, así como satisfechas sus necesidades y frustraciones por medio de las imágenes de individuos que muestran sus cuerpos desnudos, que dicen frases hechas por psicólogos, sociólogos, etcétera, capaces de llegar a mitigar las fatigas, frustraciones y cansancio psicológicos de los sujetos posmodernos.

#### **e) la publicidad**

Con la creciente demanda de productos y servicios, con el aumento de la sociedad en las grandes ciudades, ello ocasionado por la constante industrialización de todas las capas de la sociedad, hacía más fácil la aparición de nuevos productos, tantos que según como algunos autores lo indican y

critican, entre ellos Daniel Bell, fue la inundación de toda una serie de productos superfluos, innecesarios para la vida social, a esta situación de le nombró como la sociedad de consumo.

Pero lo que interesa señalar es que con la evolución de la sociedad y la aparición de una cantidad inimaginable de productos, se crearon nuevas formas y métodos para venderlos. Noción que llevó a la creación de modalidades y estrategias que aseguraran ventas. Es así como se da el nacimiento de las agencias encargadas de hacer investigaciones sistemáticas, realizadas por una serie de psicólogos, sociólogos, economistas, etcétera, que constituyeron los ejércitos de las agencias de publicidad. De esta forma tenemos el nacimiento de la Publicidad.

La gradual y constante penetración de los medios de comunicación en la vida de los sujetos, caso que se revela en el cambio de costumbres y actividades en la sociedad, llevó a los sectores económicos y políticos, a ver a los medios de comunicación como aquellos vehículos o canales inmejorables para dar a conocer, introducir y distribuir sus productos, por un lado objetos producidos por la constante industrialización; mientras que por el otro ideológica, para proponer ideas, proyectos y planes políticos.

Ante esta situación los medios de comunicación se convirtieron en los difusores óptimos para lograr la venta de objetos, servicios e ideas producidas rápidamente en la sociedad de consumo, grandes rasgos este fue el mecanismo por el cual la publicidad logró consolidarse como un vehículo para transmitir y difundir los mensajes para la compra de objetos y servicios en la sociedad moderna.

Inicialmente la publicidad consistió solamente en exponer las condiciones más esenciales del producto. Esto es, que se encargaba de informar las funciones del producto, el costo de éste y el lugar donde podría adquirirse.

Pero ante la necesidad de vender más productos en un tiempo más reducido, debido al constante aumento de la competencia, la publicidad se enfocó a movilizar la necesidad de compra de objetos, servicios e ideas, por medio de la deificación de éstos.

Ante esta necesidad de los publicistas decidieron revestir de condiciones extraordinarias y exóticas de cada objeto que lanzaban al mercado. Para la venta del producto, los publicistas le dotaban de cualidades mágicas, fantásticas y omnipresentes. Creando un efecto ilusorio, irreal tanto de los productos y objetos, así como las condiciones por las cuales los sujetos adquirirían dichos productos.

A través de esta fórmula la publicidad se transforma en el nuevo canal para idolatrar, mistificar y venerar a simples productos de uso y consumo ordinario y cotidiano.

Así, la proliferación de productos similares, con características semejantes, destinados para el mismo uso, pero con precios proporcionalmente altos en comparación con el costo de producción de los objetos, fue la condición establecida en el mercado para hacer de la publicidad un agente que estimulara en gran medida la compra de determinados productos. De esta forma la sociedad de consumo se caracterizó por creer y admitir la injusticia económica a la que se sometía a los productos publicitados y, por otro lado, caracterizando a esta sociedad con vivir en el espejismo, la mentira y la falsedad contenida en los productos.

Al respecto de ello, la ciencia ha sido amplia herramienta para que el circuito publicitario se mantenga aun con vigencia, producto-publicidad-compra. Un ejemplo de ello, se encuentra en la teoría general del psicoanálisis, en la que se puede asociar a determinados productos con la finalidad de:

“... moderar deseos o compensar frustraciones, con el fin de transformarlos en objetos de sustitución.”<sup>58</sup>

Un claro ejemplo de lo anterior, lo vemos en forma, las características, el discurso, las imágenes y el sentido como se anunciaban, antiguamente, productos tales como: autos, casas, ropa, armarios, escritorios, sillones, relojes, comedores, sistemas de sonido, televisores. Bajo esta premisa el producto, además de ser relacionado con un determinado estado emotivo, como suele ser la felicidad, la tristeza, la alegría, la ternura, representado por

---

<sup>58</sup> Op. Cit supra. La sociedad de consumo. p. 48

medio de la infancia, la madre, el primer beso, un aroma, o situaciones de tiempo y éxito, también era considerado como un objeto que le podría brindar u otorgarle determinadas características a los sujetos que los poseyeran.

A través de la relación y asociación de imágenes, sonidos, colores y lugares especiales presentes en un anuncio publicitario en todos los medios de comunicación, ocasionaron que la industria de la publicidad, dentro de la sociedad de consumo, alterase de forma clara la realidad y la percepción que los sujetos tienen, en primera instancia del mundo que les rodea, posteriormente de sí mismo, así como el valor de los objetos.

Debido a ello el sujeto de la sociedad de consumo se ligó a los reglamentos, disposiciones, y modas de la publicidad transmitida por todos los medios de comunicación, tales como el cine, la radio, las revistas y la prensa escrita. Pero se ligó con la finalidad y el deseo de ser un sujeto dotado de características que estaban por encima de todos sus semejantes con el simple hecho de tener y poseer un artículo u objeto determinado.

Es hasta el desarrollo comercial de la televisión en el que se asienta con mayor poder de penetración de la publicidad en la vida pública y privada del sujeto.

La publicidad se convierte, de esta forma, en un elemento más de la sociedad industrial que somete a gran presión a las personas, esto se percibe en la forma en que se desarrollan y se despliegan los anuncios, comerciales, spots, speechs, cartas personales, folletos, tarjetas de presentación y servicios, catálogos, etcétera, para lograr determinar en la mente de los sujetos:

“... lo que deben pensar, las estrellas que deben admirar, los productos que deben compra.”<sup>59</sup>

Esto es, dirigir los gustos, emociones, sentimientos, pensamientos y deseos de los sujetos.

Esta conformación del sujeto consumista, hace considerarlo como un miembro anónimo, invisible ante y para la sociedad, ya que sus anteriores

---

<sup>59</sup> Hourdin. G. El proceso a la sociedad de consumo. p. 42

características personales e individuales, son similares, idénticas, iguales a las de otras personas, causándole una sensación de vida: “mediocre, urbana, monótona y rigurosamente estandarizada.”<sup>60</sup>

Este modo de vida hizo que el hombre no encontrara una verdadera y satisfactoria razón para vivir, y gracias a ello, le impulse a buscar diferentes maneras para evadirse huir o escaparse instantáneamente de su verdadera condición psicológica y social.

Es por ello que la publicidad es considerada un medio de evasión de la realidad, puesto que a través de la admiración y luego la compra de los objetos, se logra satisfacer una parte de la personalidad de cada individuo. Este proceso hace que el sujeto tenga la idea de poseer, por un instante de su vida, elegancia, confort, status social, reconocimiento, en el caso de comprarse un auto, una casa, una piscina, una sistema de sonido a la moda, la última fragancia de moda, el reloj que utiliza determinada estrella del deporte o del cine.

Bajo esta idea también se encuentra la confirmación social para satisfacer una necesidad psicológica al adquirir determinada marca de ropa, al visitar un lugar especial, al utilizar determinado producto para uso personal, como perfumes, cremas, tintes para cabello, o determinada marca de alimento.

Esta manera de consumo masivo, en la sociedad industrial, sirvió para hacer olvidar las insatisfacciones y pobrezas espirituales y existenciales de los sujetos.

Podemos advertir que desde la aparición de la publicidad, como una industria completamente establecida, con un sistema complejo de implicaciones científicas, históricas económicas, financieras, y sobre todo, su poder para hacer consumible productos, logró crear una falsa realidad entre los sujetos.

Esta misma finalidad continua aun en la actualidad, simplemente que la variación dentro de su discurso, sus mensajes, y sobre todo, en las imágenes que se manejan ha evolucionado hacia un terreno en donde los productos ya no

---

<sup>60</sup> Ibidem. p. 75

solo sirven para situar en una posición especial a los sujetos que los adquieren, sino que en la actualidad, en la Posmodernidad, los mensajes y el objetivo de los publicistas están encaminados a satisfacer las necesidades psicológicas, emocionales, sentimentales, y hasta espirituales de los sujetos. Esto se debe a que esas son las necesidades y carencias que presenta el individuo posmoderno, y es el rincón al que los publicistas deben atacar para poder vender un producto, aunque sea una simple paleta o un pan.

### **La sociedad de consumo**

La industrialización al invadir todas las capas biológicas, psíquicas y sociales de los individuos logró crear una conciencia del individuo que vivía en una constante preocupación por encontrar su verdadero yo. Residía ésta, principalmente, en la eterna búsqueda de la autenticidad individual, su carácter único e irreductible, libre de los artificios y las convenciones, las máscaras y las hipocresías, las deformaciones del yo creados por el ritmo de producción. Por un lado era la respuesta más directa y más favorables implementada por los medios de comunicación.

Una soledad que se observa y se percibe en los complejos habitacionales arrendados a los trabajadores de las fabricas; la soledad que se manifiesta en las representaciones culturales, tales como la pintura, la literatura, la poesía; es más, el mismo cine como medio de comunicación advierte lo cerca que ronda la soledad ocasionada por el constante crecimiento del industrialismo. Friz Lang en 1926 con su cinta “Metropolis” abre un resquicio del futuro inmediato que le esperaba al individuo en cuanto a la concepción de sí mismo; de igual forma Charles Chaplin en la cinta “Tiempos Modernos”, 1940, confirma una vez más que la industrialización hace individuos carentes de sentido de la realidad, del tiempo y de su propia existencia.

Este llevó a que la propia industria creará el antídoto perfecto para aminorar los sufrimientos ocasionados por este estado eterno, la creación de la sociedad de consumo.

La sociedad de consumo podría definirse como el efecto colectivo sufrido por el constante tedio inducido por el ritmo industrial, para eliminar, amortiguar y aminorar los efectos producidos por el intenso trabajo. La sociedad de consumo es un mecanismo para evitar, erradicarla o simplemente, para administrar la sensación de desarraigo, fatiga, soledad, melancolía, angustia, etcétera, ocasionado por ese estado mental de cansancio y pereza a la que se ve sometido el hombre moderno.

Esto hace afirmar que el hombre industrial comience a refugiarse “en algunas formas de evasión de la libertad —a través de— la creciente estandarización de los individuos.”<sup>61</sup>

Ello se debió a que la época industrial trajo consigo una: “producción de objetos más perfectos, más baratos y más abundantes...”<sup>62</sup>, creando de esta forma un acondicionamiento del comportamiento humano debido a la mecanización, o la producción en serie, tanto de objetos como de valores ficticios, con los que el sujeto podía vivir "felizmente". Puesto que los artículos, tales como:

“...un determinado tipo de coche, un determinado tipo de televisor, un determinado tipo de casa con determinado tipo de piscina, cada uno de los elementos poseídos, coche, frigorífico, casa, televisor, se convierten en símbolos tangibles...”<sup>63</sup> de la situación social.

Mientras que para J. Baudrillard, la posesión de este tipo de objetos es:

“... una imagen fiel de las estructuras familiares y sociales de una época.”<sup>64</sup>

Cada uno de los productos, objetos, artículos, gadgets\*, que dotaron de sentido y simbolización a la llamada sociedad de consumo, tenían como única finalidad y propósito en convertirse en esa imagen mítica, mística, religiosa en

---

<sup>61</sup> Fromm. E. El miedo a la libertad, p. 17

<sup>62</sup> Gubern. R. Comunicación y cultura de masas, p. 15

<sup>63</sup> Ibidem. p. 228-229

<sup>64</sup> Baudrillard. J. El sistema de los objetos, p. 13

\* Pequeños objetos de usos diversos, cuya característica consiste en la novedad. Puede mencionarse como relojes, pulseras, aretes, zapatos, collares, etcétera.



las que se condensaban las aspiraciones —simbolizaban— la proyección de aquello que se quería ser.

A través de este panorama la vida en la sociedad de consumo se vio reducida a la mentira, porque a través del consumo masivo se creó la falsificación de la vida cotidiana de los sujetos. Ello debido a que los medios de comunicación de masas solamente cumplieron su función en el acto de consolar a los sujetos, por medio de fotografías que imitaban la realidad, películas cinematográficas, revistas, tiras cómicas y programas radiofónicos, que solamente banalizaron la vida cotidiana de los trabajadores obreros, burócratas, oficinistas, secretarias, empleados, etcétera, ya que en ello solamente se divulgaban posturas culturales vacías. Su único sentido real era el de estimular el consumo de todo tipo de objetos, productos, artefactos, comida, objetos culturales, mentalidades, sueños y fantasías.

El ser humano al verse sumergido en la rutina industrial solamente encontró “la pérdida de su voluntad, el hambre y la vergüenza o el ostracismo.”<sup>65</sup> Lo que lleva al sujeto a experimentar una nueva faceta del sometimiento hacia los medios de comunicación de masas como los únicos vectores de la vida cotidiana y social a la que el sujeto tenía acceso a la realidad.

Para R. Gubern este proceso no está muy alejado de las sociedades primitivas, quienes garantizaban su existencia a través de la posesión de un objeto o imagen de un animal pintado en las paredes de alguna cueva, o la construcción en cualquier tipo de material de algún objeto, que era envuelto en un aura sagrada. Este proceso de significación se constituía como el medio para la identificación de los sujetos con los demás integrantes del grupo, así como la identificación del funcionamiento del universo.

Imitación del mundo real por medio de las imágenes u objetos hace más patente la unión estrecha que existe entre sujetos y objetos, puesto que a éstos últimos se le dota de un valor afectivo. Trascendiendo su simple papel para adquirir presencia existencial en el espacio social.

---

<sup>65</sup> Fromm, E. La sociedad industrial contemporánea, p. 6

## **El trabajo, la envenenada medicina**

El nuevo hombre ante la imperante necesidad impuesta por el sistema de producción capitalista, permanecía todo el tiempo de su vida metido en las fabricas industriales realizando trabajos asalariados repetitivos, monótonos, que lo llevaron a un cansancio psicológico del que no podía escapar satisfactoriamente.

Es así como en esta etapa de la era industrial el hombre comienza a resentir los estragos del individualismo a ultranza promovido por una economía completa y principalmente dirigida por el ideal de la ganancia. De esta forma los ejemplos más claros para entender esta condición del hombre en la modernidad lo representan la filosofía taylorista, comúnmente llamada Taylorismo.

Este sistema de pensamiento económico fue inventado por Frederick Winslow Taylor:

“... quien creía que se podía dar un carácter científico al trabajo haciendo que fuesen uniformes para todos los obreros cada uno de los pasos en que se realizaba el trabajo. En las primeras décadas de este siglo, Taylor decidió que había una forma mejor de realizar cada trabajo, una herramienta mejor con la que realizarlo y un tiempo estipulado en que terminarlo.”<sup>66</sup>

Esta situación le llevó a experimentar lentamente y gradualmente un desgaste en los lazos sociales; iniciado primero en la familia, posteriormente en las demás relaciones que tenía con el mudo, hasta verse reflejado en su propia estabilidad social y mental. Y si a este panorama se le agrega que el ritmo de producción en esos momentos era tan grande e incesante, necesitando de todas las manos posibles para poder mantenerse, por ello las mujeres y niños fueron requeridos para trabajar en las fabricas. Se aceleró más el proceso de desgaste mental, existencial, espiritual y social de los hombres de la sociedad de consumo.

---

<sup>66</sup> Toffler. A. La tercera ola. p. 60

Ya que:

“Uno de los grandes ideales que soñó el adulto del siglo veinte fue el del tiempo libre. El siglo diecinueve, en su prisa por colonizar y abastecer, industrializar y abrir nuevos mercados, dejó al obrero y al contable e incluso al empresario o al jefe con muy poco tiempo para disfrutar de sus conquistas. La jornada de trabajo era larga: la mayor parte de los hombres se levantaban al amanecer o incluso antes y regresaban cansados a sus hogares, ya anochecido, para cenar, discutir con sus esposas el precio del cerdo e irse a la cama lo bastante pronto para poder levantarse temprano otra vez. Virtualmente el trabajo no se interrumpía nunca.”<sup>67</sup>

Es así como la economía industrial produjo un constante desgaste, evaporación, erosión y degradación en las relaciones sociales, promoviendo de forma indiscriminada el individualismo. En estos momentos es que el individuo, la familia y todas las instituciones de la sociedad experimentan una constante destrucción de sus papeles centrales y tradicionales.

Las ciudades cosmopolitas albergaban a una nueva clase de individuos completamente carentes de una real felicidad, de una autenticidad como personas o simplemente como individuos reales. Esto lo vemos en la manifestación cultural, artística y política, entre otras.

### **El reconocimiento a través de los objetos**

La época industrial derrochó todas sus energías para hacer de la clase burguesa, la clase más privilegiada de la sociedad. Esto se reflejó a la amplia gama de objetos, productos, artículos, ideologías con las que se identificó a la sociedad industrial. Esta práctica develó desde otro punto de vista el individualismo radical al que estaba sometido el sujeto moderno. Es por ello que los objetos cotidianos adquirieron un significado especial dentro de la sociedad, ya que en ellos se concentró el valor de la vida y existencia de la sociedad industrial, la cual derivó en la llamada sociedad de consumo.

---

<sup>67</sup> Kerr. W. El rechazo al placer. p. 28

De esta forma entendemos que los objetos están cargados de un poder omnipresente, ya que a través de la «posesión» de ellos se dota de personalidad, de rango, status y existencia misma al sujeto que los posee. Baudrillard por ello afirma que:

“Los muebles y objetos tienen una función, en primer lugar, personificar las relaciones humanas, poblar el espacio que comparten y poseer un alma.”<sup>68</sup>

Por ello es válido decir que los objetos existentes en la sociedad de consumo representaron la cúspide de ésta, pues adquirieron su gran presencia en la vida del sujeto, gracias a que en ellos existía una implicación: “religiosa, moral [y] familiar”<sup>69</sup>, y por ello adquieren una importancia social, política y económica. La importancia de anexar los objetos a la vida social en la época industrial, se debe a que en ellos todos los sujetos podían representar: “la imagen de sí mismo.”<sup>70</sup>

J. Baudrillard advierte que en la sociedad de consumo los objetos han perdido su objetivo principal: el hecho de para qué sirven, su funcionalidad. Ya que adquieren un «nuevo orden simbólico» que expresa o representa un «rasgo del individuo», así como también expresa «todo un orden social». En este sentido todo objeto, silla, cama, mesa, ropa, reloj, ropero, sillón, coche, casa, etcétera, tienen una función de comunicar la forma en que se establecen las relaciones tanto interiores, externas, íntimas o públicas. Por medio de los objetos moderno, el sujeto “hace aparecer... [el] mensaje a los demás y para sí mismo”<sup>71</sup>, del tipo de existencia a la que se ve, se siente y se proyecta ante los demás sujetos.

Esto nos lleva a pensar que la relación que existe entre el sujeto y objeto tiene una lógica interna propia, que va más allá de la simple funcionalidad, la colocación, la coloración, el tamaño y el tipo de modelos, sino que todo esto en conjunto es una representación psicológica y social, que refleja el proyecto personal de los humanos en la vida cotidiana. A través de esta lectura, la forma en que son utilizados los objetos, puede entenderse que

---

<sup>68</sup> Baudrillard, J. El sistema de los objetos. p. 14

<sup>69</sup> Ibidem. p. 16-17

<sup>70</sup> Ibidem. p. 20

<sup>71</sup> Ibidem. p. 25

la relación sujeto-objeto deja al descubierto la manera en que se establecen las relaciones humanas y el *modus vivendis*.

En la sociedad de consumo, los objetos:

“Son así el reflejo de una visión del mundo en la que cada se es concebido como un ‘recipiente de interioridad’, y a las relaciones como correlaciones trascendentes de las sustancias; siendo la casa misma el equivalente simbólico del cuerpo humano, cuyo poderoso esquema orgánico se generaliza después en un esquema ideal de integración de las estructuras sociales. Todo esto compone un modo total de vida...”<sup>72</sup>

## **El fin de la modernidad**

El hecho de hacer un rápido recuento de los procesos que conforman la noción de la Modernidad es que a lo largo de ella se presentan procesos que influyeron en la formación de una personalidad social completamente autoritaria. Contradicción manifiesta percibida al momento de recordar los postulados que dieron origen a la Modernidad, dichas condiciones se encuentran en las áreas económicas, políticas y sociales, las cuales al finalizar el siglo XIX y a inicios del XX, manifestaron por medio de diversos movimientos el reclamo que esta nueva estructura social estaba generando en la humanidad inconformidad, injusticia, violencia, agresión, entre otras emociones. A través de estas representaciones del sentimiento modernista se puede hacer una lectura en donde la Modernidad había llegado a su finalización debido a los signos de descomposición social, psicológica y espiritual.

La importancia para ello radica en la forma en que los medios de comunicación fueron utilizados, así tenemos que el cine, la prensa, la publicidad, la radio y el cómic, posteriormente la televisión, fueron la mejor vía para difundir la conciencia de clase, ya que su contenido principal fue el de difundir contenidos que si bien fueron de corte político y cultural, fueron

---

<sup>72</sup> Ibidem. p. 27

más allá de este principio para convertirse en transmisores de la ideología de las clases dominantes.

“La revolución en los medios de transporte y de comunicación se combinó con otras tendencias para producir una mezcla abigarrada de efectos, algunos que unificaron, otros de desintegración...”<sup>73</sup>

Un ejemplo de lo anterior se observó en la U.R.S.S. de Lenin, quien vio en el cine y la prensa los medios para difundir la ideología del socialismo y la conciencia colectiva, además de los beneficios y las ventajas de vivir en un sistema centralizado bajo la imagen autoritaria de un Estado director, administrador y evaluador de las tareas económicas, políticas y sociales.

De igual forma está el caso de la Alemania Nazi, de Hitler, en la que la utilización del cine, la radio, la prensa como medio para difundir la propaganda ideológica antisemita llevó a la destrucción los principios de la igualdad humana, la libertad de vivir, y el derecho a ser distinto ya que los alemanes:

“... asesinaron a más de seis millones de judíos en un auténtico estilo febril, creando las que fueron en efecto cadenas de montaje para la muerte. La propia contienda condujo a la matanza de quince millones de soldados de todos los países y de casi el doble de civiles.”<sup>74</sup>

Los ideales que tenían como base los principios de progreso y desarrollo estaban diluyéndose, ya que en nombre de la ciencia, la tecnología, la libertad y el derecho se cometieron las mayores atrocidades, ocasionadas por la desesperación, la angustia y la muerte existencial de las instituciones que le daban coherencia a la vida social.

Atrás de estos sentimientos se escondían la verdadera potencia del holocausto, por medio de la guerra, el asesinato sádico y masivo. Es así como tenemos que:

---

<sup>73</sup> Thompson. D. Op. cit. supra. p. 27

<sup>74</sup> Toffler, A. y H. Las guerras del futuro. p. 64

“De este modo, e incluso antes de que las bombas atómicas aniquilasen Hiroshima y Nagasaki, la guerra alcanzó en destrucción masiva niveles sin parangón. El 9 de marzo de 1945, por ejemplo, 334 bombarderos norteamericanos B-29 se lanzaron contra Tokio en un solo ataque que destruyó 267.171 edificios y mató a 84.000 civiles (e hirió a cuarenta mil más), arrasando más de cuarenta kilómetros cuadrados de la ciudad. Bombarderos masivos afectaron también a Coventry, en Inglaterra, y a Dresde en Alemania, por no mencionar aglomeraciones urbanas más pequeñas de toda Europa.”<sup>75</sup>

Esta fue la verdadera herencia de la Modernidad, después de revoluciones ideológicas, sociales, políticas y económicas, en las que se promulgaba la libertad en todos los ámbitos en los que se desarrollan hombres y mujeres; que prometían días próximos de bienestar y mejoría en la vida para todos los seres humanos, la realidad fue una capacidad destructiva de todas las aspiraciones de la vida.

Esta realidad se tradujo en el permanente estado escéptico de una vida mejor en el futuro, en una idea pesimista de la vida después de las experiencias apocalípticas de la cual el mundo contemporáneo aun no puede olvidarse y aprender.

Por una parte, como ejemplos históricos más representativos del final de la modernidad se encuentran en la primera guerra mundial, el nazismo, el sistema socialista soviético, quien sacrificó a millones de campesinos; la segunda guerra mundial, como más arriba se mencionó. Todos estos ejemplos, y muchos más, representan la forma en que se contravinieron los valores de la modernidad. Cada uno por su parte dejó ver la amenaza y el síntoma de desintegración y perversión de la humanidad. El nazismo, el socialismo soviético, la ideología americana a lo largo de su historia, cada uno por su lado destruyó los principios de la igualdad humana, de la libertad de vivir y del derecho a ser distinto. Idea que vino de la Revolución Francesa y que inspiró a muchas naciones a adoptarlos como suyos, pero que en realidad fueron más devastadores en la modernidad que antes de ella.

---

<sup>75</sup> Ibidem. p. 65

Ante este inminente final de la modernidad, al ver que sus postulados, sus sueños y anhelo de los Enciclopedistas quedó en un simple deseo de hermandad, justicia y fraternidad, se abre un nuevo periodo para la humanidad llamado Posmodernidad.



## Capítulo III.- La Posmodernidad

### Algunas de sus características

A partir de 1945 la humanidad cambió radicalmente. Los países tuvieron una reconfiguración geográfica, debido sobre todo a la división entre los bloques económicos, el capitalista, encabezado por los Estados Unidos; y el comunismo soviético, liderado por la hoy ex Unión Soviética.

El número de personas en el mundo crecía a un ritmo acelerado, en comparación con el alimento que se podía producir. David Thompson nos dice que a partir de la década del cuarenta:

“...la población del mundo aumento como 175 millones ...”<sup>76</sup>

Este tipo de crecimiento motivó a las naciones industrializadas, para que tuvieran la idea de utilizar la mayor cantidad de recurso provenientes de la naturaleza, todo ello supervisado bajo la estricta mirada de la ciencia y tecnología occidental. El resultado directo de esta medida fue una sobre explotación de los recursos naturales, el aumento del calentamiento global de la tierra, así como un desajuste de la ecología mundial. De esta forma a mediados del siglo XX, la humanidad presenció el advenimiento de males como plagas, hambre, miseria, sobrepoblación, ignorancia, pobreza y sobre todo, la muerte prematura de los individuos.

Bajo este nuevo panorama la humanidad cambió nuevamente su forma de ver al mundo y su realidad. La idea de un futuro asegurado, de una vida tranquila y llena de satisfacciones quedó completamente eliminada al ver que la situación del planeta empeoraba, que la distribución de los recursos económicos se llevaba de manera injusta, y sobre todo que las diferentes mentalidades de los individuos eran tan similares con respecto a la idea del futuro, ya que este se presentaba como apocalíptico, oscuro y lleno de una inseguridad, angustia y desesperanza.

---

<sup>76</sup> Thompson. D. Op. cit. p. 218

Lo anterior se resume en la siguiente idea de lo que la población del siglo XX empezó a experimentar con respecto a su presente, y su futuro:

“Miedo, angustia; venganza; sentimientos cuya intensidad parecía insospechada. El pasado y el futuro no existen; el ahora cargado de soledad y abandono. El insoportable presente. Tiempo y espacio reducidos a su mínima expresión.”<sup>77</sup>

Así bajo esta visión pesimista, milenarista es que se da la llegada a lo que en la actualidad nombramos como Posmodernidad.

### **Definición de Posmodernidad, algunas consideraciones**

Al finalizar el siglo XX los movimientos políticos, sociales, económicos y culturales son diferentes, radical y drásticamente, a los que con anterioridad figuraron en la historia de la humanidad. Tales movimientos manifiestan otra ruptura del espacio y tiempo en forma individual y social, que llevan a una nueva fragmentación de la realidad social, externa, psicológica, interna de los sujetos. A este momento de la historia de la humanidad se denomina Posmodernidad.

La Posmodernidad es el periodo en que se pone en:

“... tela de juicio prácticamente todos los supuestos que guiaron el raciocinio y la investigación a lo largo del último siglo.”<sup>78</sup>

En donde todo:

“... tiende a modificarse la estructura de la educación, la ciencia y 'origen del conocimiento' en general.”<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Introducción de “Soledad de ausencia. Entre las sombras de la muerte”. Luis Elio.

<sup>78</sup> Gergen. K. El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo. p. 11

<sup>79</sup> Ibidem.

Para G. Lipovestky la Posmodernidad significa, el instante en que se aprecia más:

“... la retracción del tiempo social e individual [ocasionado por el] desencanto y monotonía de lo nuevo.”<sup>80</sup>

Este nuevo periodo se caracteriza por el “cansancio de una sociedad... [en donde se manifiesta la] ampliación del individualismo.”<sup>81</sup>

Para Guilles Lipovestky, teórico francés, la Posmodernidad es el momento en que:

“... se hace más patente el ascenso del universo de los objetos, las imágenes, de la información y de los valores hedonistas, permisivos y psicologistas que se asocian uniformemente; juntos han generado una nueva forma de control de los comportamientos, a la vez que una diversificación incomparable de los modos de vida, una imprecisión sistemática de la esfera privada, de las creencias y los roles, dicho de otro modo, una nueva fase en la historia del individualismo mundial.”<sup>82</sup>

Esta nueva etapa, originada por la crisis patente en todos los aspectos que inundan la vida de mujeres y hombres a principios de segunda la mitad del siglo XX, se presencia en los lugares de trabajo, su organización, estructura, distribución arquitectónica, en los salarios, los horarios y formas de realizarlos; en las relaciones sociales, la manera en que se constituye la familia, la forma en criar y educar a los hijos; en lo individual, las forma para jugar, distraerse y divertirse, la manera en tener relaciones sexuales; en la religión y en el Estado, etcétera.

Todo ello, en conjunto, hace que el ser humano, tanto hombres como mujeres tengan una visión del mundo diferente.

---

<sup>80</sup> Lipovestky. G. La era del vacío. p. 11

<sup>81</sup> Ibidem

<sup>82</sup> Ibidem. p. 22

El origen de estos cambios se ubica en lo que H. Foster, compilador del libro "La Posmodernidad" describe como:

“La crisis de la modernidad [que] se sintió radicalmente a finales de los años cincuenta y a principio de los sesenta.”<sup>83</sup>

Porque:

“Los logros tecnológicos a lo largo de los siglos han producido una alteración radical en nuestras formas de revelarnos a los demás. Como consecuencia de los avances realizados en el campo de la radio, el teléfono, el transporte, la televisión, la transmisión vía satélite, las computadoras, etcétera, estamos hoy sometidos a una tremenda andanada de estímulos sociales.”<sup>84</sup>

Tales estímulos se concebían:

“... como un sistema de prescripción... como conjunto de acciones y comportamientos inspirados en valores, bien como visión general del mundo...”<sup>85</sup>

Actualmente esta experiencia de concebir al mundo sufre una transformación que se manifiesta como discontinua, transitoria, fugaz, fortuita y arbitraria para la vivencia humana. Este conjunto de reglas establecidas para las relaciones sociales, se transforma. Y se notan también en las representaciones artísticas, culturales, políticas, económicas y sociales. Esto, por consiguiente, se plasma en los medios masivos de comunicación.

## **El lenguaje posmoderno**

La Posmodernidad como fenómeno que abarca todos los aspectos, también deja sentir sus estragos en el lenguaje, haciéndolo cada vez más fragmentado, marginal y complejo. La fragmentación de la sociedad se

---

<sup>83</sup> Foster. H. La posmodernidad. p. 13

<sup>84</sup> Gergen. K. Op. cit. p. 13

<sup>85</sup> Pico. J. Modernidad y posmodernidad. p.17

manifiesta en varios grados, el lenguaje es la representación de este fenómeno. Por ejemplo: “cada profesión ha desarrollado su código e ideología o modo de hablar particular...”<sup>86</sup> Ante este panorama tenemos que asociaciones tales como son de homosexuales, de lesbianas, pacifistas, ecologistas, paramilitares, cierta clase de enfermos, etcétera, utilizan un lenguaje, un código para comunicarse entre ellos.

El lenguaje fragmentario suele atribuirse por un lado a la complejidad tecnológica provocada por la saturación informática, promovida principalmente por los medios de comunicación. La incidencia de éstos en la vida privada, íntima, personal e individual de hombres y mujeres es cada vez más penetrante y dominante. Hasta el grado de controlar las decisiones personales y sociales.

Esta conducta del cambio lingüístico propicia en el sujeto la aceleración del proceso de personalización, reforzando la tendencia a la individualización del ser humano. Teniendo por último fin un completo estado de egoísmo y narcisismo dominante de la esfera social, pues en la Posmodernidad:

“... finalmente cada individuo ha llegado a ser una especie de isla lingüística, separada de todas las demás...”<sup>87</sup>

Por lo que es válido afirmar que la producción lingüística a finales de siglo XX está confiada a los medios de comunicación a través de películas, programas televisivos, radiofónicos y la publicidad. Que en cada momento e instante invaden privacidad de los sujetos.

El lenguaje lingüístico o no, verbal o no verbal históricamente es la forma inmediata en que se representa y concibe al mundo. El lenguaje es la forma en que se modela la visión de los sujetos para entablar sus relaciones personales y sociales.

Pero que sucede cuando la realidad está dimensionada por un lenguaje que se vale de términos tales como: obsesión, escape, agotamiento, cansancio, desencanto, monotonía, apatía. Este lenguaje se vuelve en un reflejo para

---

<sup>86</sup> Jameson. F. “Posmodernidad y sociedad de consumo”. p. 169. Tomado de La posmodernidad.

<sup>87</sup> Ibidem

entender cual es el sentimiento de hombre y mujeres de la Posmodernidad.

“Baja autoestima, Tensión, Transtornos de tensión postraumática, Control desde el exterior, Obsesión compulsiva, Paranoia, Depresión, Autoritarismo, Represión, Agotamiento, Sadomasoquismo, Crisis de identidad, Personalidad asocial, Transtornos afectivos periódicos, Enajenación, Bulimia, Crisis de madurez, Anorexia, Cleptomanía, Psicosis. Todos estos son términos que son de uso corriente en las profesiones que se ocupan de la salud mental. Todos ellos por lo general corresponden a defectos o anomalías que presenta los sujetos. Todos ellos desacreditan al sujeto, sometiéndolo que intente, por cualquier medio, a que 'repare' su problema, fallo o incapacidad.”<sup>88</sup>

El lenguaje posmoderno se transforma en una red de significados aislados, desconectados, discontinuos —aparentemente— que representa la visión y accionar de los individuos, dentro de un mundo escindido por la:

“...función informativa de los medios de comunicación - que sirve- como agente y mecanismos de nuestra amnesia histórica.”<sup>89</sup>

## **Los dioses Posmodernos**

El objeto que define la entrada y consolidación de la Posmodernidad en la vida y la historia humana es el televisor. Este aparato se convierte en el símbolo por excelencia para representar, demostrar e introyectar el cúmulo de sentimientos experimentados en total por los sujetos en el fin de milenio.

La realidad, la historia, el universo material, la mente y el cuerpo humano se encierran y pueden verse a través de la pantalla de televisor, erigida como el dios omnipotente y omnipresente del ser humano.

---

<sup>88</sup> Gergen. K. *El yo saturado...* p. 29

<sup>89</sup> Jameson. F. Op. cit. supra. p. 186

Las personas posmodernas ya no se:

“proyectan en ‘sus objetos, con sus afectos y representaciones, sus fantasías de posesión, pérdida de duelo, celos...”<sup>90</sup>

Como signo distintivo y preferente para entender la lógica psicológica, filosófica y espiritual de la sociedad de consumo.

En la actualidad se proyecta en lo que ven, en las imágenes que consumen los medios de comunicación, en los sonidos, los gestos, las ropas que visten, expresiones, actitudes, mímicas en las figuras que representan al mundo exterior. Todo ello visto en el monitor de la televisión, porque:

“... los telespectadores se identifican, pues, con la gente que observan en la pequeña pantalla durante horas enteras (entre cuatro o cinco en término medio, para los niños).”<sup>91</sup>

Así pues:

“... se asiste, por lo tanto, por primera vez en la historia de la humanidad, al nacimiento de comportamientos dictados no ya por el entorno social y las pulsiones personales, sino por un reflejo fabricado, sintético y pasterizado de la realidad social”<sup>92</sup> transmitidos y dictados por los medios de comunicación.

Todo lo anterior se debe a que es impuesto por la televisión. Ya que los televisores imponen los códigos sociales en la Posmodernidad. El monitor de la televisión, fue sacralizado desde ese:

“... 20 de julio de 1969 cuando millones\* de humanos en todas las partes del mundo contemplaron atónitos la más

---

<sup>90</sup> Baudrillard. J. El éxtasis de la comunicación. p. 188. Tomado de La posmoderniad.

<sup>91</sup> Mesadié. G. Réquiem por Superman. La crisis del mito norteamericano. p. 173

<sup>92</sup> Ibidem. p. 174

\* Según el investigador de la Universidad de Veracruz M. Ángel Quijada, dice que fueron 73 millones de espectadores.

formidable proeza tecnológica de la historia de la civilización: el primer paso del hombre en la Luna...”<sup>93</sup>

Fue el momento en que se transformó en el centro bíblico, apostólico y profético de la humanidad.

Esta elevación de un aparato doméstico a una figura sagrada obedece a la necesidad de transformar a los dioses clásicos y tradicionales de la humanidad. La Posmodernidad, como momento en que todo tiende a ser transformado desde sus raíces y su estructura, toca lo sagrado de la sociedad: sus dioses y lo introduce en el recinto de todo los hogares del mundo, en donde se congrega la familia o el sujeto aislado para escuchar su palabra, su decálogo, sus mandamientos. Ahora se ven sustituidos por un sistema de fenómenos eléctricos-magnéticos por los cuales se proyecta la realidad, la verdad. Es la palabra de nuestro señor. Alabado sea el señor en la altura.

La alusión a la alabanza es porque las ondas hertzianas, soporte o vehículo por el cual el fenómeno físico de la televisión puede contemplarse en un aparato, es debido a que viajan por el espacio, o sea, que siempre esta la televisión por encima de nosotros, siempre está presente en las alturas.

La deificación del aparato del televisor obedece a que en él se transmiten las leyes sociales de la nueva condición del hombre, las reglas, los cánones a seguir, los mandamientos para llegar a ser un buen hombre o mujer posmoderno. Su poder regula todo: el clima, el trabajo en casa, la vida de hombres y mujeres, diversión de niños y adultos, relaciones sociales, revoluciones y movimientos políticos, económicos, culturales, la ley y la justicia, lo bueno, lo malo, lo positivos y lo negativo.

Su capacidad omnipresente es tan grande y basta, que tiene en la actualidad cobertura en el ámbito global, llega hasta el rincón más apartado del planeta. Está presente en todo lugar y en todo momento, en todo el tiempo.

Los medios de comunicación son los que escriben -y borran- el pasado, el presente y el futuro de la humanidad; monopolizan los sentimientos, pensamientos y acciones humanas. Dictan la pauta a seguir, decidir, prescindir

---

<sup>93</sup> Mesadié. G. Ibidem



u omitir. La moda es un ejemplo claro de los diseños del nuevo dios posmoderno. Para él no hay secreto público o privado. Ellos los crean de acuerdo a la medida, al tiempo y ritmo que más les plazca.

Esta es la manera en que se disuelve la realidad histórica, social, individual de las personas. “Todos los secretos, espacios y escenas -son- abolidos en una sola dimensión de información”<sup>94</sup> y de comunicación. Monopolizados por la televisión.

### **Los héroes posmodernos**

Los héroes son personajes y figuras que han estado presentes en todas las civilizaciones y culturas de la humanidad. Éstos suelen ser seres considerados mitad humanos y mitad dioses. Debido a dicha condición, reside su poder de atracción, atención, idealización y enamoramiento de tantos sujetos.

“Desde los grandes mitos homéricos, babilonios e hindúes sabemos que todas las sociedades han creado arquetipos humanos ejemplares y fantasiosos para identificarse con ellos o para proyectar sobre ellos sus deseos, angustias o frustraciones.”<sup>95</sup>

De ahí que los héroes siempre contengan elementos que justifiquen su presencia todas las civilizaciones.

El poder de fascinación de estos nuevos héroes, radica en su belleza corporal. Solamente basta ver todos los prototipos masculinos y femeninos en las películas, las telenovelas, dibujos animados, publicidad y fotografías, para darnos a identificar el estilo físico de nuestros héroes posmodernos. También los hay por historias de éxito y triunfo construidas alrededor de ellos, la mayoría relacionada con la riqueza material.

---

<sup>94</sup>Baudrillard. J. “El éxtasis de la comunicación”. p. 194

<sup>95</sup> Gubern. R. El eros electrónico. P. 43

Estas características particulares del héroe le permiten iluminar a los simples mortales con su conocimiento y sabiduría. De ahí que ellos sean los que:

“... establecen y difunden los modelos jerárquicos de comportamiento, patrones de conducta, porte y vestimenta.”<sup>96</sup>

Es por ello que son adorados, porque ellos son quienes dictan los cánones de conducta, las actitudes y formas a las que tiene que someterse el sujeto posmoderno. Estos suelen ir desde qué tipo de ropa llevar para determinado evento; qué estilo de vestimenta es el más adecuado para cada estación; qué tipo de cena servir para deleitar al jefe del esposo; que tipo de lugar es el más adecuado para impresionar a determinado personaje, así tenemos que:

“La gente se peina, se viste y hablan como sus ídolos, para sentirse copártcipe... de su elite privilegiada.”<sup>97</sup>

Estos nuevos héroes son depositarios de características envidiadas por los sujetos. En ellas se reconocen formas para acceder al placer, el triunfo, el éxito, al reconocimiento social o a cualquier otra sensación placentera que pueda experimentar el sujeto.

La labor de estos nuevos héroes reside en ayudar a todos los sujetos a encontrar una vida menos mortificada, con el menor número de aflicciones y preocupaciones.

Esta es la forma en que los nuevos héroes rescatan a los sujetos de la presión del tedio, la ignorancia, la soledad, la desinformación y del mal gusto. Las personas que aparecen en las pantallas del televisor, en las imágenes de la publicidad, la voz que sale de la radio y la escritura de la prensa, fomentan la pereza mental para pensar, criticar y enjuiciar a aquellos con lo que no se está de acuerdo.

---

<sup>96</sup> Ibidem. p. 46

<sup>97</sup> Ibidem.

Ya en cualquier lugar es el más adecuado para dar consejos, recomendaciones, fórmulas secretas y recetas para hacer del sujeto un ser social más apreciado, codiciado, amigable y oportunista de la vida cotidiana. Los héroes posmodernos imponen cierto modelo de existencia, presencia y confort en la sociedad dominada y trazada por el *Lifestyle*. Ellos concentran los deseos más ávidos de jóvenes, hombres y mujeres, adultos, amas de casa, del tendero, el chofer del taxi, de altos ejecutivos, del repartidor de periódicos.

La razón de esta presencia rápida, sólida y constante de los héroes se debe a que a través de los medios de comunicación, en especial la televisión, se permita llegar a todos los hogares de la tierra, incluso a los menos favorecidos y más apartados. A todos abarca el manto de los héroes a fin de milenio, en todos los lugares llega este nuevo código de conducta.

Su influencia logra realizarse cuando los individuos entablan las relaciones sociales basadas en el intercambio de impresiones sobre el último capítulo de la telenovela, el marcador del partido de soccer entre los equipos más populares, el último vídeo del grupo de moda o la nueva figura y atuendo de la actriz de cine.

Esta es la forma en que revelan su papel los héroes posmodernos. Ya que ellos:

“... acaban por ejercer una fascinación por el hecho mismo de pertenecer al sistema del espectáculo.”<sup>98</sup>

Mas la condición a la que se someten los héroes posmodernos es que su estancia en el mundo social, espectacular, cultural y mental también está determinada por la condición de la Posmodernidad.

Los héroes también tienden a desecharse, reciclarse y reinventarse. Ello estriba a que son objetos de los más variados gustos, aceptaciones, preferencias y sentimientos de los sujetos.

Es por ello que los héroes posmodernos se sitúan como los estándares más comunes por las que se identifica la condición de la Posmodernidad, que

---

<sup>98</sup> Mesadié. G. Op. Cit. p. 150

es que encarnan “sueños, deseos, valores y normas de comportamiento de enorme fugacidad.”<sup>99</sup>

## **El individuo posmoderno**

Alvin Toffler como futurólogo ampliamente reconocido, en su primer libro "El shock del futuro" vio que la tecnología a lo largo de la historia ha causado un gran impacto. En su posterior publicación "La tercera ola" advierte que ya no es la tecnología aplicada directamente a la producción de los recursos necesarios de la sociedad, los que causan las transformaciones sociales, políticas, económicas o ideológicas. Lo que en esta nueva época trastoca las raíces históricas, sociales y psicológicas son los medios de comunicación, pues gracias a ellos se percibe la nueva desmasificación del ser humano, la desuniformización de todos los gustos, tendencias y preferencias que hasta ese momento, antes del gran crecimiento de los medios masivos de comunicación, la sociedad industrial había experimentado.

Para Toffler los elementos que hacen saltar a pedazos la idea uniformizada de la vida social en la nueva etapa de la historia de la humanidad, son los medios de comunicación masivos. Esto lo percibimos cuando expresa que:

“La desmasificación de los medios de comunicación -el auge de las minirevistas, periódicos de distribución exclusiva a suscriptores y comunicaciones a pequeña escala, a menudo, por procedimientos de xerocopia, junto con la generalización del cable, la cassette y el computador (...) inyecta[n] en la sociedad una gran diversidad de imágenes, ideas, símbolos y valores.”<sup>100</sup>

Los elementos que nos menciona fueron tomados como ejemplos al momento de escribir sus ideas, allá por la década de los ochenta, pero hay que agregarle que en la actualidad, al inicio del tercer milenio de la historia de la humanidad, que a la lista de artículos, y medios de comunicación deben ser

---

<sup>99</sup> Cueto. J. Mitologías de la modernidad. P. 10

<sup>100</sup> Toffler. A. La tercera ola. p. 251

agregados los sistemas de disco compacto (CD), el disco digital versátil (DVD), los minidisc's, las cintas de vídeo magnéticas VHS, los decodificadores de señales satelitales caseros, las cámaras fotográficas de reducido tamaño, así como los múltiples modelos de los teléfonos celulares que existen en la actualidad, llevan a pensar que el mundo tiene un mayor número de elementos que lo hacen cambiar tan rápidamente, que es casi imposible registrarlo adecuadamente.

El resultado de esta tecnificación social, es que cada sujeto lleve a desarrollar una concepción del mundo completamente interior, personal e individual. Este proceso se realiza a través de que cada imagen, cada sonido provocan reacciones diferentes en la mente y cuerpo del sujeto. No es como los procesos sufridos con anterioridad en la denominada sociedad de masas, en la que los estímulos, gustos, emociones y pensamientos se podían registrar de una forma muy similar. A través de este proceso de «personalización» se advierte que la sociedad posmoderna, informatizada, comunicacional, fomenta por todos lados y por todas partes al individualismo.

El propio Alvin Toffler ante esta nueva situación acuña el término "postuniformizado", al advertir que:

“Nuestras ideas religiosas, como nuestros gustos, se están haciendo menos estereotipadas o uniformizados.”<sup>101</sup>

Hay que aclarar que esta idea está estrechamente relacionada con la comparación entre la era moderna, la cual es definida por el propio autor como «la era de la segunda ola», y la era postindustrial, a la que metafóricamente se refiere como «la era de la tercera ola».

Esta desuniformización trae consigo nuevos problemas sociales, psicológicos y filosóficos, los cuales pueden verse en las manifestaciones directas de los medios de comunicación, una de ella es toda la noción que hasta este momento se ha desarrollado en el presente trabajo, se fundamenta acerca de la estrategia a la que tuvieron que recurrir todos los medios de comunicación, sobre todos los iconográficos, para competir entre sí para captar el mayor número de público.

---

<sup>101</sup> Ibidem

Ante esta nueva faceta que presenta la sociedad, y los propios medios de comunicación, se tienen como efecto final:

“... el surgimiento de un nuevo estilo de vida individual, de personalidades cada vez más individualizadas, que proyectan una mentalidad compleja, contradictoria y completamente alejada de la realidad social.”<sup>102</sup>

### **La vida a través de la pantalla**

El impacto que han generado las pantallas en la vida del hombre contemporáneo es de tal envergadura, y es tanta su omnipresencia, que todos los artículos de la vida común del hombre, tienden a incorporar esta modalidad visual para ser considerados como atractivos, vistosos, y que además pueda despertar el deseo de ser adquiridos.

En este sentido la pantalla de televisión cada día, y gracias a la evolución de la ciencia y la tecnología, está presente en todos los momentos e instantes de la vida del hombre. Es así como desde el primer momento en que al hombre abre los ojos al despertar, hasta que los vuelve a cerrar, las pantallas dominan el sentido visual del hombre posmoderno.

¿No es verdad que los modernos despertadores, ahora digitales, están diseñados bajo la modalidad de las pantallas televisivas? ¿Las tradicionales lavadoras, ahora convertidos en ‘centros de lavado’, no incorporan en cada nuevo diseño más y novedosos pequeños centro visuales que están diseñados a medir, recomendar y emitir información para un mejor lavado de la ropa?

Los anteriores ejemplos, muy cotidianos por cierto, pueden indicar el grado en que las pantallas han llegado a dominar el espacio y tiempo social. Pero las expectativas van mucho más allá cuando se ve que se ha convertido en una realidad la incorporación de las pantallas dentro de los automóviles, solo por mencionar otro ejemplo de varios.

---

<sup>102</sup> Ibidem

El automóvil fue un signo óptimo y característico de la sociedad moderna, pero con el desarrollo de la ingeniería automotriz, las investigaciones sobre los conductores de energía, los sistemas informáticos y sobre todo la incorporación del microchip a todos los artículos a partir de la década de los cuarenta, década en que se da su creación, la vida de ambas industrias, alejadas entre sí en sus inicios, se unen para dar como resultado un automóvil computarizado. En la década de los setenta se incorporan computadoras en los automóviles para que éstas sirvieran como sistemas auxiliares especiales para la ayuda en el diagnóstico y mejor funcionamiento del automóvil.

Sin embargo, con la constante reinención de los diseños automovilísticos y de los sistemas informáticos, el objetivo es utilizar a las computadoras como administradores del funcionamiento que como otro elemento más incorporado ya a la tecnología automotriz. Esta decisión que se entiende al ver la evolución de la industria automovilística, de los diseños y novedades, lleva a pensar que a partir de esas fechas los autos modernos deberían incorporar nuevas y mejores atracciones para hacerle más confortable el viaje. Entre las muchas que se realizaron, como son los sistemas de antibloqueo de frenos, sistemas estabilizadores en las suspensiones, bolsas de aire para la protección a la hora de sufrir accidentes. Pero lo que llama la mayor atención para los fines del este trabajo, es la constante y creciente incorporación de pantallas similares a las convencionales televisiones dentro de los interiores de los autos.

La primera idea en la mente para explicar tal fenómeno tecnológico, es la de utilizar el argumento tradicional que daba la gente conocedora de autos, la de incorporar elementos que le permitan al conductor tomar una mejor decisión a la hora de conducir. El ejemplo más recurrente era de saber que vías alternas tomar en caso de que carreteras presentaran congestionamientos y tráfico lento. La pantalla del automóvil presentaría un mapa de la ciudad indicando cuales carreteras estarían menos transitadas y reducir el tiempo de espera. Esta son nociones hechas al ver los diseños futuristas de las marcas más famosas y conocidas del mundo.

En la actualidad empresas como Mercedes Benz, Chrysler, General Motors, entre otras, ya han lanzado a la venta a todo el público modelos que

contienen computadoras y pantallas conectadas a Internet.

El propósito de esta breve descripción de las tendencias automovilísticas, es poder encontrar ejemplos claros para ayudarnos a entender la gran incorporación en la vida de la sociedad posmoderna de las pantallas. Así se puede ver que la vida de la sociedad, de los sujetos posmodernos se conoce y se lee a través de las pantallas. Esto representa el alto grado de enamoramiento que tiene el hombre posmoderno por las pantallas, y sobre todo de la constante y gradual necesidad de crear e inventar artículos para demostrar la alta dependencia y predominancia del sentido de la vista en la vida del hombre.

Ahora bien, el automóvil es un instrumento de transporte, el cual tiene como principal característica intrínseca para su buen funcionamiento la de utilizar ampliamente el sentido de la vista del conductor. Y, en son de recordatorio, el avance y evolución de los nuevos diseños automotores, han llevado a poner dentro del auto cualquier tipo de pantalla, desde aquellas que están destinadas a indicar la velocidad, las revoluciones por minuto, la temperatura interior/exterior, el consumo de gasolina, etcétera, hasta las más sofisticadas pantallas de cristal líquido que sirven a su vez como televisores digitales y pantallas para navegar en la Internet. Estas dos últimas tendencia, se manifiestan como la atracción y prioridad principal para atraer la atención de los clientes.

Otro ejemplo muy similar y en el que se encuentran varios elementos que tienden a seguir la misma línea de la evolución tecnológica y en su tendencia a incorporar más y más pantallas, la encontramos en las radios convencionales.

Las radios tradicionales compuestas de bulbos (tubos de vacío resistencias en su interior), con sus enormes tamaños y diseños, han sido desplazados por radios miniaturizados que, también cuentan con el objeto distintivo de la sociedad posmoderna, con una pantalla. En ella, si bien no es un alarde de sofisticación, sirve como instrumento que indica en la parte superior la frecuencia sintonizada, esto al momento de escuchar las emisiones vía onda hertziana, pero en caso de estar escuchando el reproductor de cintas, la pantalla de llena de pequeña inscripciones que informa sobre el tiempo de



duración, los decibeles con los que se esta escuchando la música o las funciones que realiza el artículo llamado walkman.

Bajo esta observación encontramos que la vanguardia tecnológica, intenta realizar amalgamas entre ambos medios de comunicación, al igual que en el caso de los automóviles, pero sin que haya un desplazamiento o un sincretismo entre ambos, pues en el caso de la radio como aparato, su función nunca ha logrado suplantar y eliminar las ventajas de la televisión; al igual que en el caso del autotransporte, la televisión o Internet nunca va a poder eliminar la capacidad de desplazamiento real hacia otros lugares, pero se vuelve a insistir en que ellos son solo ejemplos en los que se puede leer la alta fascinación que tiende a demostrar el hombre contemporáneo ante las pantallas, pues éstas han llegado a posesionarse de todos los espacios y tiempos de la vida del ser humano.

Esta última noción se relaciona al ver que en la actualidad no existe ya algún articulo en la vida del hombre que no tenga una pantalla incorporada para demostrar e informar sobre su estado de funcionamiento. La tradicional pantalla de televisión ubicada al centro de la sala de los hogares, la pantalla de la computadora personal situada en la oficina o en el hogar, han cedido su lugar a cualquier tipo de artículos que ya tienen incorporados sus pantallas para tener una mejor información.

Un ejemplo de ello lo encontramos en la publicidad que anuncia las ventajas de un teléfono celular. Nos referimos a al modelo 600 de Ericsson. Que como mejor cualidad cuenta:

“Con una pantalla altamente legible que mejora tu comunicación permitiéndote disfrutar de nuestras funciones de identificador de llamadas y mensajes cortos... Capacidad de envío y recepción de fax. Todo dentro de un diseño futurista.”<sup>103</sup>

Sin ir más allá de las consideraciones tecnológicas y del impacto que el celular ha tenido en la sociedad moderna, podemos ver en este ejemplo cómo las pantallas continúan dominado la presencia en todas los aspectos de la vida

---

<sup>103</sup> Muy Interesante. Año XV. No. 11.1998

del hombre. Solo como mención, en la Expo Comm, realizada del 6 al 9 de febrero en la Ciudad de México, Mikael Edhome, vicepresidente de desarrollo de negocios corporativos Ericsson Silicon Valley, en su conferencia "El impacto de Internet móvil en nuestra sociedad", daba una pequeña muestra de la importancia que tenía el celular en la sociedad actual, y de cómo la necesidad de incorporar el Internet móvil en los celulares. Pero el mayor interés para los fines del presente trabajo fue las novedades que debían de incorporar a los celulares para hacerlos más atractivos. Entre estos recursos que mencionó en su conferencia magistral, fue la modalidad de protectores de pantallas para los celulares o papel tapiz para los mismos.

También se mencionó, en el caso de Japón, estaban desarrollando una nueva modalidad llamada "Fotonet", que consistía principalmente en incorporar una fotografía de los usuarios de la telefonía celular, esta fotografía podía ser incorporada a las memorias de los teléfonos celulares posteriormente a través de un sistema de digitalizado. El marcado del teléfono se realizaría con el solo hecho de ver la fotografía de la persona a la que se quiere hablar.

En el caso de Europa, mencionada en la misma conferencia, la tendencia de la telefonía celular esta dirigida mostrar en las pantallas mapas sobre el tráfico al momento de ir manejando, a través de esta modalidad, la información es el objetivo más importante para los europeos a diferencia de los japoneses, en propias palabras de Edhome: "El teléfono celular en Japón, es visto como un medio de entretenimiento". Otra de la modalidad en los proyectos de la marca Ericsson, al respecto, estaba encaminada a proporcionar cortos de películas al consultar la cartelera a través de la pantalla del teléfono celular.

Solo con estos ejemplos, sin tratar de ir más allá de consecuencias e impactos sociales, tecnológicos o financieros de la telefonía celular de tercera generación, se reafirma el alto enamoramiento y predilección por las pantallas en la sociedad posmoderna. Esta nueva faceta histórica prevista mucho antes en los países de alto desarrollo tecnológico, social y económico, llevó a que a esta nueva etapa de la historia humana se nombrara como sociedad de la información, en donde los individuos, gracias a los avances tecnológicos, sobre todo en las comunicaciones, podían en todo momento y en todo lugar hacer del hombre un ser capaz de:

“... captar (sentir), decodificar (percibir), almacenar (aprender), elaborar (conceptualizar, razonar, entender), simbolizar (pensar, hablar), valorar (emocionarse, querer) y emitir (actuar)”<sup>104</sup> juicios y críticas.

Bajo esta perspectiva del futuro inmediato en la telefonía celular, la incorporación de las pantallas en la vida de los sujetos posmodernos, hace que éstos cambien y transformen sus propias conductas, su mentalidad y la forma en que se concibe al mundo. Pues como se anuncia en la revista “Muy Interesante”, en el artículo dedicado a las nuevas tecnologías, en donde se dice que:

“Las máquinas de la nueva generación están diseñadas para aprovechar todos los sentidos humanos. De momento los más fácilmente utilizables son el tacto, a través del teclado, y el oído, a través de reconocimiento de voz. Pero pronto habrá computadoras multisensoriales.”<sup>105</sup>

Esta perspectiva se comprende al ver que dentro de muy poco tiempo, cada uno de los artículos comunes en la vida de los sujetos, esta cargado de esa tecnología, y sobre todo de pantallas.<sup>106</sup>

Para finalizar, quiero seguir la idea expuesta por R. Gubern sobre la claustrofilia mediática empezada por la televisión y la radio, diciendo que la vida a través de estas nuevas modalidades de comunicación personal, por medio de pantallas, ha llevado al sujeto de la sociedad posmoderna, a tener que manifestar nuevas formas de convivencia, nuevos tipos de relaciones sociales, personales e interpersonales, así como nuevos problemas sociales y psicológicos, entre los que destacan síntomas de la soledad, el aislamiento, depresión, melancolía, la retracción individual como situación importante con la que podemos reconocer la condición de la sociedad posmoderna. Síntomas

---

<sup>104</sup> “En busca de la mente perdida en el cerebro” Díaz. J. L. tomado de: De la filosofía a la inteligencia artificial. Negrete. J. p. 41

<sup>105</sup> Muy Interesante. Año XVII. No. 1. p. 21

<sup>106</sup> Para darnos una mejor idea del futuro que nos espera, la misma revista Muy Interesante, comprende toda una serie de artículos en donde se muestra los diseños que se están realizando en los centros de investigación de las compañías más importantes. Una pequeña lista de los artículos que representan el futuro inmediato del ser humano, con relación a la proliferación de las pantallas, se verán en: “relojes de muñecas que a demás de dar la hora, señalarán el lugar donde se encuentra la persona, además de incorporar un sistema de agenda. Una computadora de mano. Un bolígrafo traductor electrónico. Gafas de cine de cristal líquido, entre otros.”

que aparecieron a la par cuando la alta tecnología invadió los espacios cotidianos de la vida de los sujetos. Sobre ello abordare más adelante.

Ahora abordare un tema que se refiere a uno de los tantos efectos producidos por este cambio en la vida del ser humano ocasionado por la alta tecnología en la vida social.

### **El mundo de las imágenes... electrónicas**

Con anterioridad hable de las formas en que los medios de comunicación de la sociedad de consumo, fueron produciendo un aislamiento social en forma gradual y constante. Describí, de manera sintetizada, los mecanismos por los cuales la radio, el teléfono, la fotografía, el cómic, el cartel, el cine, y en cierto sentido la publicidad, sirvieron como las vías sobre las que corrían las decisiones, las emociones, los pensamientos, en sí la vida de los sujetos en la sociedad.

Mas cabe mencionar que el medio con el cual se abre un nuevo capítulo dentro de la historia de la humanidad, es con la llegada a la sociedad del televisor como un aparato que podía transmitir, en sus primeros momentos, información dentro del mismo interior del propio hogar.

Es pues, la televisión un sistema complejo, que anuncia la llegada del periodo histórico nombrado como Posmodernidad, ya definida al inicio de este capítulo.

La pregunta sería ¿por qué la televisión es, en cierta medida, la responsable de todos los efectos y fenómenos que se dotan de sentido y característica a la Posmodernidad? El televisor, como aparato hogareño se convierte en el símbolo por excelencia para representar, demostrar e introyectar el cúmulo de sentimientos experimentados en total por los sujetos en el fin de milenio. Puesto que ella, según el investigador de la Universidad de Veracruz, Miguel A. Quijada:

“... no sólo informa acerca de los sucesos que ocurren en el mundo, sino que incluso llega a propiciarlos con la

presencia de sus cámaras.”<sup>107</sup>

Que se quiere decir estas palabras. Desde que se iniciaron las primeras transmisiones de prueba de la televisión, allá por la década de los años 30, en Londres, hombres, mujeres, niños podían darle la vuelta al mundo con el solo hecho de encender su aparato receptor televisivo. Esto, en cierta medida, hacia de la televisión el primer medio de comunicación que por el cual el hombre podría desplazarse hacia otros lugares muy lejanos por medio de su mirada, sin tener que moverse de su lugar de residencia.

Con la llegada de la televisión, el hombre por fin encontró:

“... la posibilidad de poder hallarse simultáneamente en dos sitios, de poder darse cuenta de lo que ocurre en distintos sitios al mismo tiempo.”<sup>108</sup>

Este fenómeno de tele-transportación, fue la clave para que la televisión rápidamente llamara la atención de científicos, filósofos, sociólogos, políticos, psicólogos, artistas, profesores y demás hombres que percibían a la televisión como un fenómeno complejo. Pues con anterioridad, ningún medio de comunicación pudo haber logrado reunir tanto las características físicas, como técnicas para dotar de gran impacto e interés a cualquier suceso que llamase la atención del público.

La televisión logró sintetizar, reunir y conjuntar de manera adecuada todos los recursos técnicos, e incorporarlos en un solo receptor, las características que los primeros medios de comunicación, no podían hacer cada uno por su lado. Ejemplos como son la radio y el teléfono, si bien su canal de transmisión permitía conocer hechos al momento de realizarse, su impacto era menor porque carecía de la fuerza de la imagen. Su soporte físico las ondas hertzianas y el cable, respectivamente acortaban las distancia y el tiempo para conocer el suceso, pero la información se limitaba única y exclusivamente a su cualidad de sonido. Motivo por el cual los hechos sociales, políticos, de entretenimiento no tuvieron el impacto como aquellos que eran transmitidos vía televisión.

---

<sup>107</sup> Quijada. M. A. La televisión: análisis y práctica de la producción de programas. p. 11

<sup>108</sup> Ibidem

Por el otro lado, los medios gráficos como son la fotografía, el cómic y el cartel, por el soporte iconográfico, y el cine por la movilidad, la dinámica, la construcción dramática y artística, al tener como cualidad general la representación gráfica de los mensajes y de los hechos, carecieron cada uno del elemento de temporalidad, pues todo aquello que se presentaba, perdía vigencia por ser hechos del pasado; además, de que carecía de sonido eliminado el rango de impacto. Posteriormente el cine incorporó en 1927 pistas de sonido a las películas, documentales y noticieros, pero aún con esta nueva invención técnica, no pudo eliminar su barrera de temporalidad.

De esta forma, la televisión con todo el *back-ground* técnico, artístico, dramático, logró eliminar el desplazamiento corporal, permitiéndole al hombre ver a este nuevo invento, como un objeto al cual podrían dársele aplicaciones prácticas muy variadas, pues no únicamente como un medio para informar, entretener, sino también para educar, investigar, y sobre todo para vender artículos y productos.

Sobre estos objetivos la televisión aportó a la sociedad la cultura de la presencia en vivo y en directo de los hechos más importantes en el mundo. Pues las cámaras televisivas, en sentido metafórico, servían como los mismos ojos del espectador atento al observar el aparato receptor. Pues su presencia estaba al mismo tiempo y en el mismo lugar en que se encontraban las cámaras televisivas. Un clásico ejemplo de la literatura destinada a estudiar la historia de los medios de comunicación, es la repetida mención del asesinato de Lee Harvey Oswald, a su vez asesino confeso del presidente norteamericano John F. Kennedy, frente a las cámaras de televisión el 24 de noviembre de 1963. Con esta pequeña muestra de impacto informativo, la televisión logró demostrar su grandeza potencial, puesto que ella fue la primera en poner ante la imagen pública, el origen, el desarrollo y la finalización de los acontecimientos en el mismo momento de producirse.

De esta forma la televisión fue - y aun sigue considerándosele - como el medio de comunicación con una verdadera autenticidad, porque por en ella se puede ver «imágenes espectaculares» como desordenes públicos, manifestaciones en la calle, arrestos policíacos, huelgas; desastres naturales como lo son: incendios, inundaciones, tornados, etcétera; y en por su puesto la guerra.

R. Gubern, al hacer la comparación entre el impacto de las imágenes informativas entre lo cinematográfico y televisivo, afirma que la diferencia entre todos los medios de comunicación radica en que los sucesos transmitidos vía directo por la televisión constituyen una aventura que tiene un final desconocido; mientras que el documental cinematográfico se considera como una pieza de historia.

### **Claustrofilia: el signo distintivo**

En la Posmodernidad los sujetos están cada vez más ligados a la soledad; la prefieren como una manifestación de la propia condición humana a finales del milenio. Esto se debe a que la mayoría de los objetos, artículos, productos y servicios que pueden proporcionar determinado tipo de placer, goce, satisfacción, frustración, alegría, tristeza, etcétera, se han introducido al interior del hogar de forma gradual y con un poder realmente asombroso.

La manera para realizar determinada actividad o acción en la sociedad contemporánea, está ya al alcance de la mano. Expresiones de la humanidad, como son emociones, sensaciones y pensamientos, en la actualidad pueden obtenerse con solo apretar un botón, marcar un número telefónico o teclear una dirección informática.

Con cada una de estas acciones el sujeto posmoderno accede a una amplia gama de imágenes y sonidos que le permiten satisfacer momentáneamente su más inmediata necesidad.

Como ejemplo se tiene que cada vez son más los comercios, como farmacias, tiendas de alimentos, etcétera, que ofrecen sus servicios hasta la puerta del hogar, pues lo único que debe hacerse es hablar por teléfono y solicitar lo que se quiera comprar. Este caso representa claramente lo que sociedad posmoderna tiene como fundamento principal: apartarse de todo contacto humano a toda costa. En este sentido, las necesidades de comer, curarse alguna enfermedad, enterarse de los sucesos en el mundo, entablar una relación con una persona desconocida, pueden ser satisfechas aun sin salir de casa.

En el caso de los servicios solicitados y contratado por teléfono se extienden a aspectos tan variados y complejos, que suelen ir desde los servicios ofrecidos por los bancos en donde se puede hacer una serie de transacciones y operaciones financieras, hasta aquellos que son “destinados” para satisfacer las necesidades más abstractas del ser humano: el sexo.

El fenómeno de las «Hot-lines» (Líneas Calientes) tienen como soporte la venta de un servicio pseudo-erótico que tiene como canal principal la voz humana. Ésta simula los diálogos, sonidos y demás expresiones guturales que pueden existir en una relación sexual real. Podemos decir de esta forma, que el fenómeno de las «Hot-lines»<sup>109</sup> es el primer movimiento que expresa el gradual crecimiento de la Claustrofilia posmoderna. Y en otro sentido representa de igual forma, el origen de las relaciones sexuales ayudadas por aparatos tecnológicos altamente sofisticados, como son los cascos de realidad, los trajes de neopreno con sensores para simular una relación sexual por medio de programas de computadora.

En el caso de la televisión, las manifestaciones del sedentarismo posmoderno crecen en proporciones mayores debido a que sonido e imagen se integran en un solo medio. Brindando mayor presencia e injerencia para motivar y excitar a los sujetos a permanecer en un solo lugar, estar frente o cerca de la pantalla televisiva.

En este sentido las necesidades de mantenerse informado, de satisfacer una curiosidad, de tener distracción, conocimiento, de experimentar todas las sensaciones y emociones posibles, se ofrecen con solo tener el televisor encendido.

La televisión permite conocer los sucesos ocurridos en todas las partes del mundo a través de los noticiarios, emitidos cada vez con mayor frecuencia, o con canales diseñados exclusivamente con ese fin, de monitorear todos los rincones del mundo al acecho de noticias. Véase como ejemplo la cadena CNN. Esta especialización de los canales televisivos permite al sujeto enterarse de los descubrimientos científicos y tecnológicos, de los avances de

---

<sup>109</sup> Román Gubern, en “El eros electrónico”, comenta brevemente el fenómeno que provocó en la opinión pública los servicios telefónicos con fine sexuales en Francia. Los títulos de los servicios referidos son conocidos como “Sextel, X-tel, Desiropolic, Aphodit, etc.,” p.p. 152-154



la ciencia por medio de documentales y reportes (Discovery Channel); conocer todo lo referente el mundo del deporte en todo el planeta (PSN), de enlazarse y conocer el mundo de las finanzas, de los alimentos, de los niños, hasta como tener relaciones sexuales explicadas por un experto sexólogo.<sup>110</sup>

La capacidad actual de la televisión para mantener enclaustrado al sujeto en tan amplia, como los ejemplos anteriores, que tiende a fomentar la cada vez mayor y progresiva eliminación del contacto humano y personal entre los sujetos de la misma especie.

La televisión, en la actualidad, sirve como elemento mediador entre el mundo cotidiano del sujeto y el mundo de sus deseos.

Esto se debe a que en la Posmodernidad la televisión se ha:

“Convertido en una especie de altar laico y pagano que ocupa un lugar privilegiado en la vivienda, el televisor se ha constituido en una ventana o escaparate permanentemente abierto en el interior del hogar, para disfrute del mironismo vicioso de sus moradores.”<sup>111</sup>

Un mironismo que se encuentra subordinado a la programación de las cadenas televisoras. En los programas hay todo tipo de temas, que se ajustan a cada uno de los estados emocionales de los sujetos. Estos pueden ir desde la película clásica de los primeros inicios del cine, pasando por las amadas caricaturas infantiles, hasta películas pornográficas solicitadas por pago por evento y que tanta demanda tienen.

Si a este proceso de amada claustrofilia mediática se le añade la atracción ejercida por los sistemas de reproducción caseros de películas, documentales, programas favoritos, conciertos musicales, etcétera, en cintas de video, así como video juegos, y en la actualidad de escribir estas líneas la penetración que ha tenido el sistema DVD (Digital Versatile Disc) en la

---

<sup>110</sup> El canal erótico Playboy, de la televisión por paga, tiene entre su programación varias secciones en las que se tienen recomendaciones para una mejor vida sexual a través de consejos y recomendaciones hechas por expertos, que además de la teoría llevan la practica en la misma pantalla. Entre los programas de este corte destaca el nombrado “Sexcetera”.

<sup>111</sup> Guber. R. El eros electrónico. p. 22

preferencia del sujeto, el valor de la claustrofilia se manifiesta como una característica inequívoca e irrefutable de la nueva condición que presenta el ser humano en la Posmodernidad.

De esta forma se elimina lenta y progresivamente el sentimiento de gregarismo al que la especie humana había mantenido como valor y característica histórica.

Es verdad que:

“El siglo veinte no solo ha conseguido en realidad el sueño dorado del hombre de poder disponer de tiempo libre.”<sup>112</sup>

Pero como trato de exponer a lo largo de esta líneas, el sujeto posmoderno lo ha llenado ese tiempo, tan añorado por las personas del pasado, con estar contemplado más tiempo frente a una pantalla televisiva, frente a una pantalla de computadora navegando en Internet o con escuchar cada vez más horas de radio. Pienso que en un futuro no muy lejano los sujetos posmodernos nos veremos en la imperiosa necesidad de contemplar todo tipo de pantalla en un tiempo mayor que las horas que necesitamos para dormir.

Solo por mencionar la evolución que ha tenido la televisión, de su resultado más directo de la Internet es, es que a través de este nuevo medios de comunicación, se promoverá aun más la erosión del sentido gregario del hombre. Sobre la Internet, conocida como (World Wide Web), se han escrito varias cosas, que van desde su aplicación a la sociedad, su historia, su técnica, la importancia e impacto dentro de la sociedad. Mas lo que tiene la Internet para el sujeto posmoderno, que una vez más se reafirma la ecuación: medios de comunicación = claustrofilia.

Es verdad que la Internet como sistema comunicacional incorpora las ventajas de la televisión y las une con las ventajas inimaginables de la informática. Pero una diferencia marcada entre ambos medios de comunicación reside en el hecho de que mientras que una, la televisión está sujeta a una reglamentación y su jurisdicción corresponde a cada país; la Internet, por el contrario, no esta restringida para ningún país en especial.

---

<sup>112</sup> Kerr. W. El rechazo del placer.

Esto es, que este medio tele-informático no está restringido a un determinado horario, programación e intereses de tipo idiosincrásico, político, económico, social o religioso. De ahí que su grandiosa capacidad de ser llamada la carretera informática por excelencia de contener información tan variada y múltiple que abre un sin fin de puertas para que la aventura de experimentar nuevas emociones, sensaciones, esté abierta con el simple hecho de teclear una dirección o, como se dice en el argot informático, navegar por los mares de la Internet.

Debido al contenido y la información que se encuentra en este medio informático, que engloba las ventajas de la televisión, el teléfono y la radio; además, que no está sometido a restricciones de tipo político, el acceder a la Internet hacer experimentar las más variadas sensaciones, emociones y sentimientos de los sujetos, llevándonos a contemplar que la realidad nuevamente es alterada radicalmente.

En este sentido, la revolución tecnológica en las dos últimas décadas del siglo XX permitió a los sujetos tener aparatos eléctricos y electrónicos, que además de brindarle la oportunidad de tener mayor tiempo libre para hacer todo tipo de actividades, se destinaron a promover, gradual y progresivamente, un mayor aislamiento de la sociedad, incapacitando a los sujetos constantemente para tener contacto físico con seres de la misma especie humana.

### **El miedo a la soledad**

La televisión desde sus inicios logró modificar la capacidad del ser humano para entender al mundo y para relacionarse con éste. Este no es un signo privativo de este medio, ya que los demás medios de comunicación de masa, en su momento, también lograron crear este fenómeno.

En la Posmodernidad, con todos los adelantos tecnológicos aplicados a los medios de comunicación, en especial en la televisión logró hacer en la humanidad, que ésta perdiera la capacidad para distinguir la distancia, la profundidad y amplitud de la realidad. Hizo que hombres tanto como mujeres perdieron la capacidad para contemplarse a sí mismos como entidades únicas

en el tiempo y espacio.

Es más, fue tan poderosa esa penetración de la televisión en la conducta humana, que hizo que los sujetos también mostraran una incipiente capacidad par ser parte de algo mayor en el mundo. Cuando se pierde esta relación es a lo podría llamarse una completa y absoluta desconfianza.

Es por ello que para Silvia Molina, investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la desconfianza es:

“... un mecanismo de reducción de complejidad que permite ofrecer una resistencia que neutraliza los ofrecimientos de seguridades presentes o de planificaciones y orientaciones dirigidas al futuro.”<sup>113</sup>

Esto es que cuando no hay elementos suficientes en la realidad que nos hagan creer en ello como tales, ya no confiamos en ella, y por ello se pierde o se eliminan todos aquellos sistemas para poder estar seguros de un futuro.

La desconfianza tiene su origen al momento en que se rompe la relación con el pasado, por medio de expectativas que en su momento fueron frustradas y que a la postre abren la posibilidad para ya no creer en el presente y el futuro.

Este mismo fenómeno se puede percibir en los medios de comunicación como vehículos que logran infundir, alentar y alimentar la desconfianza en los seres humanos que los consume. Este fenómeno puede observarse en la televisión la Posmoderna. Es por ello que un signo también claro que manifiestan los sujetos en este periodo histórico es el miedo a la soledad, como consecuencia directa de esta desconfianza generaliza en todos los ámbitos de lo social, lo económico, lo psicológico, en lo cultural, solo por mencionar algunos.

Es a partir de esta desconfianza por la cual la televisión juega un papel importante en la vida de los sujetos, pues ven en ella al sustituto perfecto y preferido para la compañía. Esto tiene un origen, ahora se vera.

---

<sup>113</sup> Molina. S. Escepticismo políticos. p. 5

El hombre contemporáneo, es decir el hombre de finales del siglo XX y principios de XXI heredó, gracias a la sociedad industrial, la actitud a ser un hombre en constante movimiento. Esto es que el mundo, la sociedad, las relaciones sociales y personales fueron acrecentándose de manera gradual y constante.

Pero este mismo fenómeno tuvo como efecto colateral que esas mismas relaciones fueran erosionándose de la misma forma, lentamente. Provocando el crecimiento de la desconfianza hacia la sociedad, los valores, las costumbres, las relaciones y hacia las personas. Logrando construir a su alrededor una fortaleza psicológica protectora de aquello que más le perjudicaba: creer fielmente en algo o en alguien. En este sentido lo mencionado por la Dr. Molina, se cae en la frustración.

Motivo por el cual el hombre contemporáneo en un doble efecto de la desconfianza, logró caer en lo que es el miedo a la soledad. Pero un miedo a la soledad que se contradice a sí mismo porque el sujeto posmoderno se encuentra menos vinculado con el prójimo y se siente más solitario. Pero al mismo tiempo el sujeto posmoderno ama a la soledad, como a ninguna otra cosa en el mundo.

La ama y la fomenta porque por un lado, el sistema de valores, tanto éticos, morales, sociales como profesionales fueron erosionándose, se trastocaron y cambiaron radicalmente, en su sentido y su concepción.

En la actualidad a pesar que los adelantos tecnológicos ofrecen a la humanidad una capacidad de comunicación mucho más grande a diferencia de apenas cincuenta años, los seres humanos quieren estar más solos. Es por eso que en la posmodernidad, con todos los medios de comunicación disponibles, los sujetos ven que:

“... sus relaciones personales se limitan sólo a un pequeño círculo, muy reducido, de personas.”<sup>114</sup>

En este sentido puede ser solamente la esposa, el esposo, la novia, el novio, la amiga o el amigo. Sin que haya una trascendencia más allá con

---

<sup>114</sup> Oberndörfer. D. La soledad del hombre en la sociedad norteamericana. p. 35

personas del vecindario, de la calle, la colonia, el trabajo.

Es a través de este ejemplo por el cual se puede ver que:

“.. las relaciones humanas [tienen] unos lazos esencialmente más débiles...”<sup>115</sup>

Y en la Posmodernidad el sustituto perfecto para la compañía humana, es el televisor. que tanto necesita el ser humano.

La imperante penetración de la televisión a la vida de los seres humanos, se puede constatar que desde un principio de su invención, se vio al aparato de televisión como el medio en el que se podían encontrar todas las soluciones a los conflictos humanos, psicológicos, sociales, existenciales. Dotando a las personas de ideales de meritocracia, aspiraciones y anhelos.

Pero en la actualidad esta pulifuncionalidad televisiva, tiene en la Posmodernidad una más de sus manifestaciones que es como compañía a personas solitarias.

Véase como ejemplo el caso del “síntoma del miedo a la soledad” en el que se utiliza al televisor como emisor de ruidos para sentirse acompañado, mientras los individuos hacen sus actividades cotidianas sin prestar mayor atención a lo que sucede en la pantalla.

Esta nueva función puede tener su origen en que los individuos contemporáneos, al ver que la historia, las normas y valores sociales se han transformado radicalmente y que ven precisamente en esta historia que no han logrado satisfacer sus necesidades sociales, psicológicas y existenciales, se ven en el estado de la desconfianza.

Los individuos al ya no creer en los sistemas de valores tradicionales o antiguos, que rigen la vida, se ven tomando actitudes que pueden amenazar su intimidad humana, esto es, que pueden salir “heridos física, sentimental y emocionalmente”.

---

<sup>115</sup> Ibidem.

No es casual que Román Gubern, haya escrito al respecto lo siguiente:

“... el exterior [puede ser] percibido como selva peligrosa, espacio de crimen, de inseguridad, de contaminación y hasta de contagio...”<sup>116</sup>

Esta desconfianza hacia lo interior, no solamente puede interpretarse como una patología social, pues este fenómeno provoca la desocialización. Sino que también psicológica en que el individuo, introduciéndome un poco en el psicoanálisis lacaniano, sería interpretado como “el falso reconocimiento”.

Sin profundizar a fondo sobre este concepto, “el falso reconocimiento” nos introduce o nos permite leer el sentido inverso, de que pueden ser: el habla, el lenguaje, los actos mismos y la forma en que se comporta el ser humano. Y que precisamente a través del “falso reconocimiento” se puede llegar a la verdad real.

Me explico. Si la soledad es una manifestación muy apreciada dentro de la Posmodernidad, que los sujetos se recluyen en sus *bunker's* hogareños equipados con toda una gama extraordinaria de tecnología, argumentando falta de seguridad y de confianza. Bajo el análisis del “falso reconocimiento”<sup>117</sup>, se puede entender que ésta es una manifestación en que los seres humanos quieren y desean que les otorguen confianza y seguridad. Esto último es en todos los sentidos.

Lo anterior, la soledad posmoderna, crea:

“... un obstáculo severo para la socialización y el establecimiento afectivas interpersonales.”<sup>118</sup>

Y es por ello que los sujetos tienden a mitigar, dosificar el miedo a la soledad teniendo el televisor encendido en todo momento y en toda ocasión. Cuando se lee un libro, mientras se come, cuando se platica o se realiza otra

---

<sup>116</sup> Gubern. R. *El eros...* p. 159

<sup>117</sup> El término “falso reconocimiento” es un concepto del psicoanálisis de Jaques Lacan. Pero para fines del trabajo se utiliza el análisis que hace Slavov Szizek en “El sublime objeto de la ideología”.

<sup>118</sup> Gubern. R. *El eros...* p. 164

actividad. Inclusive se utiliza al televisor para dormir en las noches de insomnio<sup>119</sup>, todo con la finalidad de satisfacer en todo momento y en toda ocasión al individuo.

Así vemos que en la Posmodernidad el sujeto tiende a busca, en todo momento y por todo medio, aquellos satisfactores para sus frustraciones, manías, anhelos y deseo insatisfechos. Y los logra encontrar en el hecho cotidiano de contemplar en todo momento del día, o cuando puede, el aparato televisivo.

---

<sup>119</sup> Es interesante ver que en México los canales abiertos amplían sus programaciones con infomerciales que duran prácticamente toda la madrugada.



## **Capítulo IV.- Algunas consideraciones sobre la condición de la televisión en la Posmodernidad**

### **El cuerpo posmoderno**

En el mundo posmoderno los objetos ya no son los elementos que representa a la cultura, ni en ellos se percibe la carga de significaciones sociales, estéticas, morales, así como políticas, económicas, etcétera. La ropa, autos, casas u objetos personales en sí ya no encierran el tipo de pensamiento y sentimientos a los que está unido el sujeto posmoderno.

En la Posmodernidad es el cuerpo humano el nuevo eje por el cual se identifica la forma de pensamiento, la manera en que se concibe al mundo; es el centro en donde se deposita esta nueva carga emotiva, sentimental y vivencial. Es pues, el cuerpo humano el elemento por el cual, través de él se pueden realizar diversas lecturas, entre las que se destacan el modo en que los sujetos entienden y manifiestan su existencia en un mundo dominado por el ideal de lo compacto, lo rápido, la fugaz, el ahorro, el egoísmo, etcétera.

R. Gubern, historiador de los medios de comunicación, dice que el cuerpo humano desde la aparición del cine, ha servido para representar la mentalidad social y sexual en las diferentes etapas de la sociedad vista a través de la mirada de la industria cinematográfica.

Así que, Gubern encuentra que en el tiempo en que el cine llegó a convertirse en toda una industria, que va aproximadamente de la década de 1910, hasta la finalización de la I Guerra Mundial, los cuerpos femeninos estaban llenos de "voluptuosidad". De esta forma la fijación erótica que ha mantenido el cine, desde ya hace varios años, se sitúa principalmente en las largas y fuertes piernas y en los bustos grandes. Ejemplo de este fenómeno puede verse en las figuras de estrellas de cine como Joan Crawford, Jean Harlow, Marilyn Monroe, Marlene Dietrich, Greta Garbo, Sofia Loren y Brigitte Bardot, entre otras, que con minifaldas y "generosos escotes delanteros y de espaldas"<sup>120</sup> ponían de manifiesto dos cosas: la primera, el cambio de mentalidad sobre la sexualidad experimentada por la sociedad industrial; y la

---

<sup>120</sup> Gubern. R. Comunicación y cultura de masas. p. 38

segunda los valores estéticos que predominaban en la misma.

Sin embargo, en la Posmodernidad encontramos que los valores, tanto sexuales como estéticos para apreciar el cuerpo humano, se transformaron radicalmente en cuanto la forma de ser percibidos, apreciados y representados.

La reconversión en la apreciación del cuerpo humano en la Posmodernidad está motivada por el deseo de eliminar, simbólicamente, cualquier elemento o recuerdo del pasado que le hagan recordar la condición tradicional de la mujer, los cuales son sustituidos otros de mayor novedad. Esta característica no puede dejar de ser aplicada a la propia figura humana.

Tradicionalmente la figura femenina con grandes bustos y anchas caderas era la imagen de “protección y nutrición materna.”<sup>121</sup> Pues en estas zonas eran interpretadas como características físicas en las que existía una fuente de alimento seguro para las crías. Y por lo tanto ambas partes del cuerpo humano servían como un símbolo de una alta capacidad reproductiva de la especie humana.

Pero con los procesos de liberación femenina, iniciadas con la incorporación al mercado laboral cada vez más frecuente, así con obtención de derechos e igualdades entre mujeres y hombres, entre otros muchos, hacen que esta transformación social se traslade hacia una dirección completamente antropomórfica. Pues la apreciación del cuerpo humano sufre un proceso de adecuación a las características ideológicas que predominan a finales del siglo XX e inicios del XXI.

Es por ello que el valor estético posmoderno para apreciar un cuerpo femenino, sea aquel en que ya no existen grandes senos, ni grandes caderas o nalgas, sino más bien al contrario, todas las zonas eróticas en proporciones pequeñas. Esta características física que se aprecia en las mujeres posmodernas a través de la publicidad y los medios de comunicación, es la máxima representación del grado al que ha llegado la femineidad. Esta es, puedo decir, la muestra de como la mujer en la Posmodernidad se ha logrado librarse de todo tipo de responsabilidades con del hogar, con la familia, con el hombre, y sobre todo con el privilegiado don de dar vida.

---

<sup>121</sup> Ibidem. p. 44

Este proceso de adecuación no es privativo únicamente a la figura femenina, pues también es observable en los cuerpos masculinos. A lo largo de la historia de la humanidad los sexos estaban diferenciados por medio de la talla, la estatura y la masa corporal, características que eran generalmente más prominentes en los hombres que en las mujeres. Estos rasgos además de diferencias a los sexos, también diferenciaban la primitiva división del trabajo, ya que el hecho de que los hombres presentaran mayor corporalidad estaba relacionado con aspectos como la protección, mayor dotación de alimento y un mayor territorio para la caza. Cuestiones que representaban un placentero futuro para la mujer y para las crías.

Mas en la Posmodernidad estos estándares estéticos quedan completamente eliminados. El valor estético para los sujetos masculinos actualmente queda subordinada a los mismos criterios con los que se valora a los de la mujer, puesto que ya no hay responsabilidad o compromiso para dar sustento y protección a la mujer. De esta forma se acentúa de forma reciproca la manifestación de la igualdad entre ambos sexos.

## **Tele-sexo**

En casi todas las civilizaciones y culturas han existido elementos por los cuales se manifiesta la importancia del sexo dentro de la sociedad.

Estas representaciones pueden ir desde de representaciones artísticas encontradas en grabados, esculturas, literatura o pintura; hasta la representación del propio acto sexual, como una representación simbólica y como signo que manifiesta la importancia del sexo para la sociedad. Cabe aclarar que esta forma de representar al sexo tenía la función de servir como registro histórico cultural de la manera en que se desarrollaba la vida en la sociedad.

Pero con la aparición y desarrollo de los medios para reproducir imágenes, como la fotografía en sus primeros momentos, el sexo fue introducido paulatinamente dentro de la vida privada de los sujetos. La fotografía abiertamente sexual se da de forma clandestina, como una pretensión de llevar sensaciones y estímulos provocados por los prostíbulos,

burdel o lupanares de la época ante los momentos íntimos de los sujetos. Es interesante que las primeras modelos eran las mismas prostitutas que trabajaban en los establecimientos correspondientes.

De esta forma se tiene el nacimiento de la pornografía moderna, puesto que en estos medios, no únicamente se describe la actividad sexual como en la literatura, sino que, además, hay una exposición y:

“... exhibición de la actividad sexual... con el fin de estimular sentimientos eróticos más que estéticos o emocionales.”<sup>122</sup>

Este claro ejemplo permite entender que con la aparición de la fotografía, el sexo se convierte en una mercancía de consumo masivo con un alto valor comercial. Ahora bien, la prostitución históricamente ha sido un elemento económico muy importante para todas las sociedades<sup>123</sup>, pero con los nuevos medios de comunicación existen nuevos mecanismos para difundirla y consumirla.

En el caso del cine, éste aportó con sus ventajas a que el sexo adquiriera un nuevo y mayor interés además de dimensiones para el público, pues a diferencia de las fotografías estáticas y planas, el movimiento natural del cuerpo humano ante los ojos de los espectadores, así como los encuadres especiales, las tomas y los escenarios, provocó un mayor despliegue de energía libidinal, forma que se refleja en el cambio de los valores sociales, culturales, económicos y políticos.

Este fenómeno cinematográfico que nació como respuesta y arma en contra del arrollador poder de captación de la televisión<sup>124</sup> dio paso a una serie de producciones cinematográficas “denominadas en el argot *soft core* (en la que mostraban desnudos y actos sexuales simulados)”<sup>125</sup>, y que posteriormente diera paso a la nombrada *hard core*, la cual “es una producción: pornográfica explícita y sin simulación de ninguna clase, exhibida comercialmente y sin

---

<sup>122</sup> Enciclopedia Encarta 1998. Microsoft

<sup>123</sup> Para mayor referencia sobre el tema, ver el artículo “Un vistazo a los espejos de las sociedades”. Selser, Irene. Milenio Diario. 29 de octubre del 2000

<sup>124</sup> Gubern. R. Comunicación y cultura de masas. p. 205

<sup>125</sup> *Ibidem*. p. 204

restricción...”<sup>126</sup>

Ante esta situación el sexo mediatizado se incorporó como un elemento fundamental para conformar el poder de los medios de comunicación masiva sobre los sujetos. Los medios de comunicación se convierten en los indicadores de gustos, sensaciones y emociones que la sociedad deberá experimentar.

Con la llegada de la televisión a la vida de la sociedad, el sexo se introduce directamente en el hogar de los sujetos. Esta practica se realizó primeramente en locales que ofrecían servicios de televisión en circuito cerrado, en donde presentaban “show's en vivo (live show) lo que ahora estoy viendo esta sucediendo ahora”<sup>127</sup>, así define Gubern a espectáculos de esta naturaleza. Es cierto que este método de transmisión aun es restringido para el público en general, pero en el mismo se advierte la necesidad por encontrar un procedimiento para transmitir pornografía a través de la televisión.

La apertura ideológica y permisiva de las autoridades y de la sociedad en general, permitió que:

“... a finales de 1972 el canal 79 ... de Toronto (Canadá) [inaugurará] el programa The Baby-Blue Movie, que cada viernes a medianoche, cuando se supone que los niños están ya durmiendo, transmite películas pornográficas hard core.”<sup>128</sup>

Este ejemplo representa claramente como el interés por el sexo en los medios de comunicación queda restringido a sectores menos abiertos de la sociedad. Pero al momento de redactar esta líneas, en el caso de México, existen dos canales de denominados pornográficos, cabe aclarar que son exclusivos de la televisión restringida, o sea que son canales por los cuales se tiene que pagar un costo extra para poder acceder a ellos, los canales son: el *Playboy Channel* y *Venus*, en donde todo el día transmiten películas y programas con sexo explícito.

Y si a ello se le agregan los adelantos tecnológicos a los medios de

---

<sup>126</sup> Ibidem

<sup>127</sup> Ibidem

<sup>128</sup> Ibidem

comunicación como son las cámaras foto y cinematográficas, las videocassetas caseras, las cámaras de video personales, las audiocintas, y en la actualidad las computadoras, y la Internet, se puede entender que el sexo a distancia se presenta como una forma que caracteriza a la sociedad posmoderna, en la que el consumo y la demanda de todo tipo de material con sexo implícito o explícito, cambian el sentido y la naturaleza del propio sujeto.

Si el sexo es un patrón por el cual se puede reconocer la conducta de las especies animales, en el hombre el sexo se convierte en un patrón de consumo, de vida, de identidad y sobre todo, para los psicólogos, en la manifestación de las pulsiones reprimidas o frustradas, las cuales tratan de combatirla por medio de la expresión sexual.

Esta sexualidad que trasciende los límites del cuerpo, de las distancias y de la propia realidad, tiene lugar gracias a un ambiente totalmente mediatizado. Un programa de ordenador al que se puede llegar por medio de interfaces de gran capacidad, es el responsable de crear un entorno que se amolde a las necesidades específicas que se le ordenen.

En efecto, la pornografía es un producto destinado al consumo masivo, se amolda perfectamente a los mecanismos de la industria cultural, tanto de sistema de ocio como de educación sexual y hasta terapéutico. De hecho, se puede decir que la pornografía es parte de la permisividad sexual que existe dentro de las sociedades posmodernas.

Esta forma de desplazamiento audiovisual permitió a la televisión dirigirse a toda una serie de diversos terrenos mediáticos, muy variados todos ellos. A continuación sólo examinare un ejemplo en el que se deja entrever una parte de cómo la televisión cambió nueva y radicalmente la estructura social, mental, individual de los sujetos en la sociedad posmoderna.

### **Carrera por la audiencia**

Con anterioridad se mencionó que la televisión fue primeramente un aparato que sintetizó las principales características de los otros medios que le habían precedido. Se dijo que de la radio había recibido el soporte físico para

realizar las transmisiones, las ondas hertzianas, además, del sonido.

Ante este fenómeno de la televisión, A. Toffler, lo llama como un efecto de la desmasificación de los medios, puesto que con este ejemplo la televisión comenzó a emprender su camino hacia la creación de programación de públicos especializados, así como a la creación de género para un público cada vez más diferenciado, tanto en cuestiones económicas, como religiosas, ideológicas y políticas. Este fenómeno no es nuevo para la historia de los medios de comunicación, pues hay que recordar que desde la fotografía, el cómic, el cine y la radio, ya habían experimentado este proceso de creación de diferentes géneros.

La importancia de mencionar este suceso mediático, es que a partir de este momento se inicia entre todos los medios de comunicación una contienda, una carrera por atraer la mayor la cantidad posible de audiencia, de público; situación que llegó hasta el extremo de manejar temas y escenas, en el cine y la televisión, más atrevidas y sensacionalistas.

El resultado directo fue, en términos de Gubern:

“... un desarme censor que se tradujo en una rápida y creciente permisividad ideológica, lingüística, sexual, etcétera, en la programación.”<sup>129</sup>

Así, el cine por ejemplo, bajo su industria, comenzó a realizar películas pornográficas, a partir de a finales de la década de los sesenta, las cuales nacieron, según David Mendoza,

“... clandestinamente... en los prostíbulos de París, y ‘durante bastante tiempo se le denominó cinema cochon’ [Roman Gubern]. Las películas tenían como finalidad incitar a los potenciales clientes varones al mercado sexual.”<sup>130</sup>

Esta afirmación permite ubicar el inicio y la necesidad de la industria

---

<sup>129</sup> Gubern. R. La mirada opulenta. p. 342

<sup>130</sup> Mendoza. D. Realidad virtual y mercado pornográfico. Tesis de titulación. P. 36

pornográfica. También puede interpretarse, como un claro ejemplo de la contienda por cautivar públicos a cualquier precio y con cualquier material y contenido. Así la competencia entre la televisión y el cine rompía con todos los esquemas, marcos jurídicos, éticos y morales con el objeto de mantener sus respectivas industrias.

La respuesta de la televisión ante esta estrategia cinematográfica-industrial, fue la de incorporar a los elencos televisivos de las series y programas a mujeres jóvenes, con rostros bien parecidos, caderas anchas, senos abultados, todo ellos aderezado con vestuarios pequeños, tanto en escotes y piernas, elementos para incitar también, vía televisiva, al libido sexual masculino. Ejemplo de este contraataque televisivo se puede tomar la serie "Los Angeles de Charlie", producida en los años setenta, en que las tres protagonistas lideradas por Farrah Fowcett, lograron tener éxito comercial. Podemos ver la evolución de tales formas de llamar la atención, si en la actualidad observamos los patrones y tipos de recurso de los que se valen los programas como son Baywatch (Guardianes de la bahía), Son of the beach (Hijos de la playa), entre otros, solo por mencionar algunos de los más representativos de los cuerpos desnudos o cubiertos con la más mínima ropa de baño.

Con los antecedentes mencionados más atrás, podemos entender ahora, que una nueva etapa estaba ocurriendo en la historia de los medios de comunicación, pues al utilizar al sexo como arma central para la lucha entre sí, se puede decir que se originó la era del tele-sexo. El cual a continuación se ejemplifica.

### **La tendencia a seguir, caso *Playboy***

Desde la aparición de la radio y la televisión en la vida social, éstos se constituyeron inicialmente en medios que tenía un mayor poder de penetración dentro de la atención del público. Esta razón se debió, como aun se debe, a que ambos medios eran completamente gratis para todo el público, además de estar ubicados dentro de los hogares. Esta supuesta gratuidad esta condicionada por la venta de los espacios publicitarios en ambos medios. Los gastos en inversión publicitaria se recuperan al momento en que los productos



o servicios son comprados o adquiridos por el público. De esta forma se cierra el círculo televisión-anunciantes-público. Y es de esta forma en que se descubre quien paga realmente los productos televisivos y radiofónicos es el público que está al pendiente de los programas.

Bajo este doble fondo televisivo-radiofónico-comercial ambos medios tienen asegurada su posición dominante entre los medios de comunicación más conocidos en el mundo, pues a través de esta situación puede entenderse la diferenciación que existe entre el público consumidor de medios, pues la información y entretenimiento claramente se ve diferenciada de acuerdo a edad, sexo, posición económica, nivel cultural, religión o zona de residencia entre otras. Esto puede observarse y entenderse al verse a través de la forma en que se estructura una programación, ya sea para la radio o televisión. En este último campo la televisión, en que se da una de las evoluciones más interesantes, la de cable. Esta es la más clara muestra de cómo la televisión, como sistema de entretenimiento e información, evolucionó hacia su completa diferenciación en cuanto a la desmasificación de los gustos comerciales, dirigiéndose a satisfacer los gustos más íntimos y personales de cada sujeto.

En los primeros años de la década de los cincuenta se presenta una nueva modalidad en la era de la televisión, ya que se comienza a ser popular entre el público la televisión por cable. Conocida originalmente como CATV, que significa *Cable Antenna Television* (Televisión por Antena Cable). Su objetivo comercial estuvo encaminado a conectar vía cable televisores situados en zonas rurales y suburbanas. El argumento de esta nueva modalidad era de mejorar la recepción de las transmisiones por aire a las ciudades que relativamente estaban cercanas, pero debido a las condiciones geológicas o climáticas, la recepción de la señal era deficiente.

P. Dizard, historiador de los medios de comunicación, describe los componentes de este nuevo sistema de televisión:

“El equipo era sencillo: una antena alta para captar la señal, un cable para retransmitirla a los hogares suscriptores.”<sup>131</sup>

---

<sup>131</sup> Dizard, P. La era de la información, p. 107

Ante esta sencillez tecnológica, el éxito comercial de la televisión por cable no fue tan rápido como se esperaba, pues tardó aproximadamente 20 años para que este sistema de transmisión alcanzara:

“... en 1977... 800 000 suscriptores en más de 370 sistemas por cable en toda la Unión Americana.”<sup>132</sup>

Ahora bien, la televisión por cable y abierta en sus inicios tuvieron pocas diferencias entre sí en cuanto a sus respectivas programaciones. Ambas estaban sustentadas gracias a la transmisión de las mismas películas de Hollywood y en los mismos eventos deportivos. En este sentido, aun no se marcaba significativamente una diversificación entre los géneros y gustos.

Pero la mayor incidencia que marcó el inicio de la competencia entre los dos sistemas de televisión, se debió cuando se dan los primeros cambios sociológicos ocurridos en la sociedad posmoderna, manifestados primeramente por la:

“...cada vez mayor número de mujeres trabajando fuera de casa. Situación que en primera instancia logró modificar la programación diurna.”<sup>133</sup>

Este fenómeno de incorporar nueva mano de obra a las actividades productivas no es privativo de la era posmoderna. Anteriormente se dijo que esta es una práctica que se origina con el advenimiento de la revolución industrial. Pero la herencia directa de la anterior situación residió en que se permitió una amplia apertura ideológica, económica, política a un número mayor de personas, que se manifestó con sueldos más altos, por lo tanto se permitió preparar a una nueva generación de estudiante que pasaba más tiempo dentro de los salones de clases. Así como que las personas pudieran tener lugares de trabajos más alejados de sus lugares de residencia.

Los estudiantes que permanecían más tiempo en las aulas desarrollaron una mejor educación y criterios para hacer más notables sus preferencias comunicativas, y entre éstas caben aquellas que son de estricto carácter de la

---

<sup>132</sup> Ibidem

<sup>133</sup> Toffler. A. La tercera ola. p. p. 169-170

televisión. Por otro lado, pero que tiene la misma incidencia, puede inferirse en cuanto a la situación de los empleados de oficinas, tenían que pasar más tiempo de sus hogares arreglando problemas de sus trabajos, teniendo reuniones, comidas y cenas para realizar mejor su trabajo.

Al respecto A. Toffler no indica que:

“Todas estas diferentes situaciones tienen una sola cosa en común, dividen en segmentos al público de la televisión abierta y por cable y cada lector no solo aumenta [la] diversidad cultural, sino que reduce en gran medida el poder de las redes que tan completamente han dominado hasta ahora nuestra imaginación.”<sup>134</sup>

Ante esta nueva problemática social las empresas televisivas resolvieron este planteamiento al utilizar al cuerpo humano como el producto preferido de consumo televisivo. Y en este sentido la idea desarrollada por R. Gubern, sobre la mirada preferencial, sobre todo en los medios audio-visuales, se cumple.

Cabe recordar que la solución a la que recurrieron los creativos de la televisión, tampoco fue de su propia invención y creación, pues esta modalidad fue copiada de los estándares cinematográficos cuando éste medio vivió su época dorada y que precisamente culmina en 1962 cuando muere la última *star system* Marilyn Monroe.

A raíz de este postulado las cadenas televisivas comienzan a producir programas en donde el cuerpo humano, en especial el femenino, sería tomado como punto principal de atracción para la mirada de la mayoría del público. Esta fue, a grandes rasgos la estrategia evolutiva que siguió la televisión abierta y restringida para atraer la atención del público.

Esta nueva modalidad observada dentro de la televisión llevó a afirmar a G. Lipovestky, que la televisión sirve como el medio preferido para consumir el:

---

<sup>134</sup> Ibidem

“... autoservicio libidinal [puesto que] el cuerpo y el sexo se vuelven instrumentos de subjetivación...”<sup>135</sup>

Los programas televisivos gradualmente y bajo diferentes tramas y contenidos:

“... explotan el capital libidinal de cada uno.”<sup>136</sup>

Para terminar con la exposición de cómo se fue dando la competencia entre los sistemas televisivos y de cómo se realizó la misma, hago una breve semblanza del caso *Playboy*, como ejemplo claro que muestra visiblemente la necesidad a la que debieron recurrir los empresarios televisivos, y sobre todo, al éxito obtenido dentro del público.

*Playboy* fue una revista creada en 1953, y tuvo como principal objetivo plasmar al cuerpo femenino como un medio cultural y artístico. Esto se entiende en términos técnicos fotográficos, pues la realización de cada fotografía, hacia parecer a cada mujer como un ser perfecto, sin errores físicos. Otro elemento interesante para el análisis, es que en sus primeros diez años nunca se mostró el vello púbico de las mujeres. Motivo conservador de la revista.

G. Messadiè, ávido conocedor de la cultura americana, narra la historia de la revista.

"En pocos años, *Playboy* alcanzó un éxito fenomenal, que permitió a [Hugh] Hefner fundar lo que en Estados Unidos llaman, con cierto énfasis, un «empire». Este consistía en club, casas de juego, intereses mobiliarios y comerciales, avión decorado con la cabeza de un conejo mixomatoso elegido como emblema por Hefner... y una residencia absurda en California, especie de castillo victoriano en el que se le habían injertado apéndices electrónicos, espejos, albercas y un monumental salón de billar.”<sup>137</sup>

---

<sup>135</sup> Lipovestky. G. La era del vacío. p. 30

<sup>136</sup> *Ibidem*

<sup>137</sup> Messadié. G. Réquiem por Superman. p. 79

La rápida obtención de una fortuna por la publicación de fotografías de mujeres desnudas, nos permite pensar en el gran capital libidinal existente en los Estados Unidos que puede ser explotado comercialmente. Ahora, nuevamente hay que señalar que la fotografía de mujeres desnudas tampoco es una invención del siglo XX, y ni mucho menos atribuible a la Posmodernidad, puesto que este medio para satisfacer necesidades psicológicas y visuales datan desde los primeros momentos en que se inventó la fotografía. Desde tiempos inmemorables, en las culturas prehistóricas hasta las actuales existen elementos que hacen pensar que el cuerpo desnudo, tanto de mujeres como de hombres, han tenido mucha importancia y se le representa con gran valor e interés. Por lo tanto Hefner no inventó el hilo negro.

El éxito de *Playboy* en sus primeros años consistió en que las fotografías eran portadoras de ese realismo mágico gracias a las técnicas fotográficas, los sistemas de iluminación, los paisajes, el maquillaje, entre otros. Cada uno de esos elementos conjugados adecuadamente mostraban a las modelos como seres verdaderamente deseables. Esta conjugación, en su lado secreto daba la impresión de estar contemplando a mujeres consideradas como seres completamente alejados de la realidad, situación por la que era mucho más atractiva y que despertaba aun más el deseo de conseguirlas y tenerlas.

Messadiè resume la anterior conjugación rápidamente:

“En efecto, el modo de tratar las fotos-documentos, el maquillaje corporal, quién sabe, las mujeres desnudas... revestían un tinte extraño.”<sup>138</sup>

Las conejitas *Playboy* descendientes de las *pin up's* que adornaban las barracas de los soldados norteamericanos en la primera y segunda guerra mundial, eran presentadas en decorados extravagantes, tales como cortinas de seda negra o blanca, camas cubiertas con pieles de chinchilla, zorras o armiños. Fotografiadas en interiores que evocan a recamaras de mucho lujo, los exteriores con lugares exóticos o lujosos como son las piscinas, playas caribeñas, entre otros sitios. Todas ellas maquilladas de pies a cabeza y peinadas por especialistas hacían de ellas verdaderos objetos deseables de consumo, en este caso de consumo libidinal.

---

<sup>138</sup> Ibidem. p. 80

Hay que recordar que esto fue dentro de un medio completamente iconográfico. Pero con la mayor penetración, presencia y éxito de los medios audiovisuales en la vida de la sociedad, la revista *Playboy* a finales de la década de los sesenta comenzó a experimentar su declive, pues aparte de ello, la competencia entre otras revistas con la misma tendencia, tales como *Mach*, *Sir*, *Penthouse*, llevaron a Hefner a reconsiderar y llevar su producto hacia otro medio: la televisión. Como referencia, en este sentido de competencia mediática, debe señalarse que la revista *Penthouse*, creada por Bob Guccione, fue la revista vendida comercial y públicamente que por primera vez mostró a mujeres desnudas que enseñaban el bello púbico y lo que éste esconde.

La competencia más agresiva, la apertura hacia nuevas experiencias visuales del campo desnudo, tales como el cine pornográfico; la crisis financiera, y sobre todo la tecnología desarrollada para la fabricación de televisores, los sistemas por cable, la constante creación de cadenas televisivas y la apertura ideológica de la sociedad, llevaron a que *Playboy* a inicios de los ochenta inaugurara su canal por televisión por cable, en donde como es natural para este sistema de paga, se debe abonar a una cuenta determinada cantidad para tener acceso a las imágenes propias de la filosofía Hefner. Nada más que ante este nuevo medio, las mujeres ya no solamente posaban, sino que ahora se movían, caminaban, hacia cualquier rutina o actividad completamente desnudas.

Así la herencia puritana del *Playboy Channel* seguía siendo igual que desde los inicios de la revista, pues solamente se podían pasar las nalgas, los senos y las expresiones de los modelos, nunca el bello, la vagina o en determinados casos un pene erecto, esto en su fase televisiva.

Posteriormente esta forma fue evolucionando hasta convertirse en presentaciones televisivas de actos sexuales, al igual que los sistemas de circuito cerrado que nos menciona Gubern dentro de los prístibulos norteamericanos, canadienses y en países europeos como Suiza, Holanda y Dinamarca, entre otros.

Pero estas representaciones sexuales, que no eran simuladas, conservaron al principio inicial de *Playboy*, de no mostrar el bello púbico, en esta nueva modalidad el principio fue el de no mostrar penetración vaginal

alguna. Pues si se realiza un breve análisis técnico sobre los encuadres y movimientos de las cámaras, este último principio siguió conservándose.

Sin embargo, al momento de escribir estas líneas el *Playboy Channel* transmite películas que son, en términos de R. Gubern, verdaderos «documentales fisiológicos», puesto que en ellos ya solamente predomina “la erección, la felación, el *cumin lingus*, el coito vaginal, el coito anal y el orgasmo”<sup>139</sup>, esencia primordial de la pornografía.

La conclusión de esta reseña que describe el paso de la televisión abierta a la restringida, por cable o vía decodificador, es que al entrar en plena competencia por obtener un número mayor de auditorio, vemos como se recurrió a estrategias comunicacionales basadas en proyectar y transmitir programas que sacaban a relucir aquellas pequeñas necesidades psicológicas insatisfechas, frustradas o reprimidas en la sociedad.

Como se expuso anteriormente, existieron elementos que permitieron para que estos fenómenos se pudieran realizar, tales como los sociales, políticos, económicos y demás, que en ellos se encuentran un valor para comprender el proceso que se acaba de describir. Pero lo interesante es observar la tendencia a la que se dirigen la mayoría de los medios de comunicación a utilizar al cuerpo desnudo, y por lo tanto al sexo, como el punto preferencial con el cual llamar la atención del público y en cierta medida permite favorecer la claustrofilia mediática y sensorial que caracteriza a la era posmoderna.

### **Los *talk shows*, ¿la última aventura tele-mediática?**

Los problemas a los que se enfrenta una sociedad altamente tecnificada es la aparición de fenómenos que solamente hacen confirmar abruptamente el estado de soledad y aislamiento en el que se encuentran inmersos todos y cada uno de los sujetos posmodernos.

Los efectos y fenómenos antes mencionados pueden ser estudiados desde campos académicos muy diversos. Desde lo filosófico, psicológico,

---

<sup>139</sup> Gubern. R. El eros electrónico. p. 180

antropológico, sociológico, fisiológico, y además de que pueden tener asimismo, infinidad de representaciones, aquí se menciona uno que está estrechamente relacionado con el discurso que a lo largo del trabajo se ha desarrollado que es el fenómeno de los *Talk shows*.

Estos programas de «debate» serán abordados, como un claro ejemplo del aislamiento psicológico que sufren las personas que viven en la Posmodernidad, y para ello va a ser explicado el fenómeno en términos de la profesora universitaria norteamericana Wendy Kamier.

La anterior idea sobre lo disfuncional en la sociedad posmoderna planteada por W. Kamier en su "lúcida crítica" a todos aquellos movimientos de autoayuda, de recuperación; sobre la idea de contarle a alguien las vivencias personales a sujetos con problemas semejantes, puede interpretarse como una manifestación de las varias contradicciones que imperan en la sociedad posmoderna.

Me explico. A través del presente trabajo se ha desarrollado la hipótesis de que los medios de comunicación electrónicos han arrojado gradual y progresivamente a los sujetos a estados complejos de soledad, de reclusión en sus propios hogares, y se ha dicho también, que a este fenómeno se le llama claustrofilia. Esto claro está, siguiendo las ideas expuestas por Román Gubern.

Sin embargo esta claustrofilia tiende a presentarse como una especie más de contradicción al momento en que la proliferación de la "literatura de autoayuda, recuperación y codependencia", con toda su gama y serie de variaciones y presentaciones, nuevamente empieza a inundar los aparadores de librerías y establecimientos de autoservicio. A través de esta forma queda desenmascarada el supuesto enamoramiento por la soledad en la era de la posmodernidad.

También se ha desarrollado la idea que los medios de comunicación, sobre todo la televisión, el cine, y en la actualidad la Internet, a recurrir como estrategia mediática a la presentación, exhibición y explotación del cuerpo humano como punto principal para atraer la atención de un mayor número de auditorio. Y la última modalidad en la que se conjugan ambas tendencias o estrategias, son los llamados *Talk shows*.



Ahora bien, hablar de este tipo modalidad y forma de hacer un programa televisivo, puede hacerse desde puntos de vista muy variados. El estudio de los programas antes mencionados mantienen una condición similar, pues puede hacerse desde el punto psicológico, sociológico, económico, lingüístico, semiótico, etcétera. Es por ello que para los fines del trabajo, el tema de los talk show's será abordado desde la óptica y perspectiva que son una nueva modalidad, y por lo tanto una muestra más, de la imperante pornografía mediática que los medio transmiten para conseguir a cualquier precio, y bajo cualquier forma, un auditorio considerable.

### **Una nueva modalidad de la tele-pornográfica**

Daniel Mendoza en su investigación de titulación "Realidad virtual y mercado pornográfico" menciona que la definición de pornografía debe ser revisada y adecuada a nuestros tiempos. Idea con la que estoy de acuerdo.

La pornografía suele ser definida como:

“La descripción o exhibición explícita de actividad sexual en literatura, cine y fotografía, entre otros medios de comunicación, con el fin de estimular sentimientos eróticos más que estéticos o emocionales.”<sup>140</sup>

Esta definición nos lleva primero a pensar que la pornografía puede presentarse en forma de imágenes, tales como en fotografías, películas, anuncios, vídeos o carteles; y la otra en forma de textos o través de artículos, notas, crónicas, documentales, reportajes y tal vez más géneros periodísticos y literarios. Y la segunda idea, que sale de la anterior definición, es que la pornografía esta destinada a estimular sentimientos y emociones, que como bien se sabe, estos dos últimos términos pertenecen al orden subjetivo y que su verificación queda abierta a otro tipo de discusiones, que aquí no tratare de abordar.

Pero se sabe que para que la pornografía exista, así como cualquier otra actividad humana, debe pasar por un proceso de compra-venta y que se sujeta

---

<sup>140</sup> Enciclopedia Encarta 1998. Microsoft

a la ley de la oferta y la demanda. Esto es, para que exista un mercado pornográfico deben de existir sujetos que la consuman. Y cuando se cierra este proceso de compra-venta, se nombra como un acto de prostitución.

Entiendo que la prostitución no es otra cosa que la compra-venta de un servicio que logre estimular los sentimientos o emociones, en el sentido sexual a través del coito vaginal, la erección, la felación, el *cunin lingus*, el coito anal y en cierto sentido el orgasmo y la eyaculación. Esto es, a grandes rasgos, la función y forma en que opera la prostitución.

Pero como la posmodernidad es la etapa en donde todos los sentidos, definiciones y términos para explicar la realidad tienden a erosionarse, a mutar y dar un surgimiento a otros, las definiciones de prostitución y pornografía deben ser sometidos a una revisión y adecuación que esté a la altura de estos tiempos. Esta petición se debe a que en la actualidad, gracias a las sofisticadas tecnologías destinadas a las comunicaciones digitales y electrónicas, se presentan nuevas formas de prostitución y pornografía.

Toda esta introducción se debe a que en la actualidad hay elementos que hacen pensar que los *talk shows* contienen suficiente elementos con los cuales se puede considerar a este tipo de programas televisivos como meros actos de pornografía y prostitución dentro de la televisión.

Parto de la idea y entiendo que todo acto de prostitución es un acuerdo tácito entre dos o más personas, en el cual se conviene por una cantidad determinada de dinero u otro tipo de favores, para la prestación de un servicio sexual. Esto es en el sentido tradicional y común para entender el término prostitución.

Pienso que los programas de *talk show's* se transforma en actos de prostitución consumados, ya que en ellos se tiene el amplio conocimiento que a los participantes de los programas, reciben dinero para ir a exponer “algún problema doméstico íntimo” (some intimate domestic problem)<sup>141</sup> ante millones de personas extrañas.

---

<sup>141</sup> “When talk shows become horror shows” (Cuando los talk shows se convierten en shows de horror). Stasio. M. Cosmopolitan. Vol. 219. No. 4. October 1995. p. 251

Guadalupe Loaeza en su libro "Obsesiones" en un apartado titulado "Cristina", con referencia a la conductora cubana de *talk shows*, retoma las palabras de María Victoria Llamas al referirse a este aspecto, en que a:

“... la gente le paga el traslado a Miami en avión, estancia en una suite de un hotel de cinco estrellas, la llevan en limusina al estudio, la maquillan, si hay necesidad de proporcionar ropa y, además, le dan dinero en efectivo. No estoy segura de la cantidad exacta, pero supe que se aproxima a los 250 dólares por cabeza.”<sup>142</sup>

En este sentido, la venta de todo aquello que puede ser considerado como lo más íntimo de cada persona queda expuesto a las leyes del mercado de la Oferta y Demanda, colocando a los sentimientos, emociones, vivencias y experiencia personales como meros objetos destinados a la compra y venta, al consumo de los televidentes.

Wendy Kamier también apoya esta noción de la gratificación a las personas invitadas (*guest*) a los programas, pues como ella comenta en su libro "Yo soy disfuncional. Tú eres disfuncional", al ser invitada a un programa de Oprah Winfrey como parte de los especialistas para hacer algún comentario sobre los problemas expuestos, se le dio un hospedaje de lujo y se le llevó en limusina a los estudios en donde se realizaba el programa.

A través de estos elementos es por lo que se pueden considerar a los programas de *talk shows* como meros actos de prostitución televisiva, pues cada programa se transforma en un acto en el que metafóricamente los invitados se desnudan al exponer ante un público de millones de personas desconocidas, todas sus intimidades, que son sus problemas “reales”. Todo ello con la finalidad de remover sentimientos y emociones. ¿No es éste el último fin de la prostitución, el de brindar un servicio en donde lo más íntimo de una persona es adquirido como un objeto de consumo público destinado a estimular las fibras emocionales más sensibles?

---

<sup>142</sup> Loaeza. G. Obsesiones. P. 208. Sé por diversas pláticas con personas que laboran dentro de Televisión Azteca, que los “invitados” para el programa “Cosas de la vida real”, conducido por Rocío Sánchez Azuara, cobran entre 300, 400 o 500 pesos, de acuerdo a la actuación que realizan en el programa.

El siguiente punto a desarrollar sobre los *talk shows*, es su carácter pornográfico. Román Gubern, al estudiar la historia de los medios de comunicación, y al momento de llegar a tocar el tema de las películas pornográficas advierte que éstas son solamente simulaciones de un acto sexual, que son meros documentales fisiológicos, pues en ellos aflora claramente el:

“... hiperrealismo fisiológico y su atroz falsedad psicológica y social, con personas que son meros muñecos de carne.”<sup>143</sup>

Si transportamos esta relación de simulación y del hiperrealismo psicológico, podemos decir que los *talk shows* son actos pornográficos, debidos a que en ellos los invitados a los programas están predispuestos para simular los conflictos, las discusiones y todos los elementos que en estos programas se encierran, tales como los gritos, las riñas, los insultos, los golpes.

Como lo afirma Kamier, no hace falta ser un experto en Psicología, en problemas de drogadicción, en problemas sociales para descubrir que las situaciones, los temas, los diálogos son meras actuaciones, carentes de elementos que puedan hacer pensar que son reales. En este sentido es bueno retomar la idea expuesta por R. Gubern sobre la falsedad psicológica en la que caen los invitados, y pensar en los programas como meras simulaciones televisivas.

Otro elemento que existe para establecer la relación entre los *talk shows* como nuevas modalidades por las cuales se puede reconocer representaciones de la prostitución y pornografía televisiva, éstas se encuentran en la amplia explotación del capital libidinal a la que recurren los temas de los programas para atraer la atención del público televidente. No hace falta poner una larga y vasta lista sobre los temas que se presentan, pues estos serían tan amplios como los títulos de las películas pornográficas. Solamente como mención de algunos, los temas giraban en torno a las relaciones incestuosas entre hermanos, abusos de padres hacia los hijos, problemas para llevar a cabo una relación sexual (*¿Qué pasa cuando un hombre latino no sabe hacer el amor?*),

---

<sup>143</sup> Gubern. R. El eros... p. 180

homosexualidad, etcétera.

El capital libidinal de los *talk shows* es tan amplio que en ellos no se escatima en diferencias entre las edades de los invitados, el sexo, pues para ellos se debe seguir una lógica para llegar a penetrar en todos los sectores de la sociedad, a todas las generaciones, esto con el fin de pretender realizar lo que Lipovestky ya con anterioridad había advertido:

“... la socialización suave, tolerante, dirigida a personalizar, psicologizar al individuo.”<sup>144</sup>

¿No es este el último fin de la pornografía y prostitución la de estar dirigida a todos los sectores sociales, hacia todas las edades, tanto para adolescentes como para las personas de tercera edad, de todos los sexos y preferencias sexuales?

### **"The twins burst into tears, and the audience goes wild"\***

Para terminar con el fenómeno de los *talk shows* y su estrecha relación con la pornografía y prostitución, debe mencionarse que todo acto sexual finaliza con, lo que para los amantes de la pornografía sería el momento del clímax, que es el orgasmo visible. En este sentido hay que referirse al masculino, que debido a la morfología y fisiología masculina, el orgasmo puede apreciarse mejor y de forma clara en el cuerpo del hombre que en el de la mujer, porque este tiende a realizarse en el exterior. La eyaculación masculina parecer haberse constituido como una ley para la realización de una película porno, puesto que este acto representa la culminación de la relación sexual.

Si transportamos esta relación como máxima expresión de la veracidad y realidad dicho y hecho en los *talk shows*, se puede encontrar que las lagrimas son algo muy similar a la eyaculación, pues en ellas se encuentran ese pequeño elemento de «hiperrealidad», del que nos habla Roman Gubern, para tratar de convencer al público expectante de que el programa cumplió su

---

<sup>144</sup> Lipovestky. G. *La era del vacío*. p. 22

\* Las mellizas estallan en lagrimas, y la audiencia enloquece.

objetivo de remover sentimiento y emociones.

En este sentido la verdad, las emociones y sensaciones reales y verdaderas de los invitados, no pueden cuantificarse para conocerlas exactamente. Este es muy similar con lo que pasa con el orgasmo femenino, que a plena vista no tiene forma de conocerse y de verse en una película pornográfica. Esta comparación entre ambos fenómenos es muy similar, pues cómo podemos saber si los invitados dicen la verdad.

En las películas porno el orgasmo femenino se representa con gestos, gemidos y contorsiones del cuerpo de forma exagerada. Pero nunca puede saberse si la persona de la película lo está simulando o teniendo en realidad. Este fenómeno fisiológico no es tan demostrativo, a simple vista, como la eyaculación masculina.

De igual forma en el *talk shows* no hay mecanismo alguno para saber si lo que dicen los invitados es verdad o mentira. Pues como en una cinta porno la mujer sólo actúa; mientras que los invitados de los programas de *talk show's* tratan de convencer al público por medio de manoteos al aire, golpes furiosos, amenazas, saltos de sus asientos, palabras altisonantes y descalificaciones morales mutuamente, así como los clásicos gritos, gestos y las lagrimas al final del programa.

El valor para hacer pensar que los problemas expuesto en estos programas son reales y verídicos se nota en las lagrimas que algunos de los invitados, y parte del público, derraman durante y al final del programa. Este recurso fisiológico muy bien captado por las cámaras televisivas bajo la técnica de los encuadres más cercanos, pues estos funcionan para presentarle al público expectante, la veracidad con la que los invitados han contado sus historias.

Para finalizar recuerdo que Andy Warhol, pintor y artista más representativo del Pop Art, mencionó alguna vez que todo ser humano tiene derecho a sus quince minutos de fama mundial. Éstos se pueden tener con sólo presentarse en los programas de *talk show*. Pero así como encuentra sus quince minutos de fama, puede entenderse que los sujetos que viven en una sociedad posmoderna se encuentra en un estado absoluto de soledad, angustia

y frustración, que tiene que recurrir a la venta de sus intimidades físicas y psicológicas, para encontrar un momento de escape de la realidad, para sentirse amado por un instante. Y que de igual forma la condición del hombre en la posmodernidad, es aquella en que ya no importa nada para que los sujetos, tanto mujeres como hombres, tiendan a ver su condición humana vejada, ultrajada y violada a cambio de una remuneración económica, psicológica y social. Manifestando una vez más, los sujetos niegan lo que esconden, su gran soledad, su miedo al silencio y su miedo a estar solos.

### **La globalización ¿el último efecto de la Posmodernidad?**

Mucha gente y en muchos libros se habla de un término o concepto que nadie entiende bien a ciencia cierta, debido a que en la globalización contemporánea existen constantes problemas que van desde la economía hasta implicaciones culturales, en donde ambos campos se encuentran interrelacionados más estrechamente que en otros tiempos.

Raúl Trejo Delarbre, catedrático de la UNAM, define a la globalización como:

“... la omnipresencia, totalizadora y envolvente, de intercambio y recurso que a menudo hacen creer que el mundo en uno solo...”<sup>145</sup>

Es a partir de esta definición uno se puede darse cuenta que por un lado, la globalización es:

"un conjunto de procesos en virtud de cual las relaciones comerciales, políticas y culturales tienden a estar definidas por los mismos flujos de intercambios e intereses..."<sup>146</sup>

Y por otro lado, hablando dentro del campo de las ciencias sociales, en especial de los medios de comunicación, es a través de éstos que se puede

---

<sup>145</sup> Delarbre. R. La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes. p. 19

<sup>146</sup> Ibidem. p. p. 19-20

hablar de una visión unificadora del mundo contemporáneo, de una "propagación más rápida de las crisis" en todas las zonas y direcciones del mundo. Y sobre esta línea es en que se observan los efectos más inmediatos de la globalización dentro del terreno de los medios de comunicación, y propiamente para los fines del presente trabajo, puesto que, hablar de un proceso de globalización mundial tiene tantas formas y sentidos que el simple concepto tiene una alta envergadura.

A lo largo del trabajo se ha desarrollado la manera en como los medios de comunicación han evolucionado; así como éstos se han introducido en la vida de los sujetos y de igual forma como los medios de comunicación se han convertido en una parte por demás importante y trascendental en la vida cotidiana de los sujetos. Este fenómeno podemos circunscribirlo dentro de los efectos de la globalización ya que los medios de comunicación al ser uno de los campos en que la alta tecnología mantiene constantemente un gran interés, hacen que éstos eliminen completamente las barreras geográficas, políticas, económicas y sociales, sólo por mencionar algunas.

En este sentido y bajo esta panorámica es que la televisión, con todas sus modalidades de transmisión, ya sea por cable o por vía satelital, ya no obedece a ninguna clase de restricciones de algún orden ya sea de tipo político, social, económico. Gracias a estos dos sistemas de transmisión es que se puede ejemplificar la ya no tan hipotética situación de los programas que se ven al mismo tiempo en Argentina, México, Australia o Europa, mientras que su lugar de transmisión se encuentra en una zona de los Estados Unidos.

Este ejemplo sirve para ver como los medios de comunicación en la Posmodernidad, sirven virtualmente para abolir las fronteras nacionales, y como la ideología que impera dentro de los medios trasciende a aquella del propio individuo. De esta forma se entiende porque los intercambios culturales se hacen mucho más rápidos y con un nivel de absorción que implican, como lo llamada Delarbre, una "simbiosis" entre la realidad en la que actuamos y la que percibimos a través de la pantalla.

La capacidad de transmisión de mensajes e información de los medios contemporáneos tienen como efecto la unificación o estandarización de los criterios, valores, gusto o preferencias sobre cualquier cosa. A través de este



marco comunicacional se puede decir que existe una globalización de las emociones y sentimiento que pueden experimentar los sujetos posmodernos.

En este sentido la globalización abarca también ese proceso comunicacional que tiende a «conectar» —utilizando el sentido como lo utilizan los cibernautas para describir la acción de estar en comunicación— a todas las sociedades, pero al mismo tiempo, a informar y a recrear los mismo patrones de conducta y hábitos sociales entre los diversos ciudadanos de todo el mundo.

Así, se observa la capacidad de interrelación que los sujetos pueden tener con solo estar contemplando el mismo canal o programa a través de los medios de comunicación, electrónicos, como la radio, la televisión, el Internet; los medios impresos como son las revistas que se distribuyen en el ámbito mundial, van en un constante aumento.

Se puede entender a la globalización, bajo este esquema, como la:

"... la era en que las fronteras tienden a desdibujarse (...) y las costumbres y culturas experimentan un proceso de acercamiento e incluso de fusiones..."<sup>147</sup>

La globalización como fenómeno que se relaciona instantáneamente con los campos de la economía y el mercado, aunque sabemos que no solamente implica estos campos, también puede utilizar esta idea del consumo y producción de mercancía dentro del ámbito de los medios de comunicación, ya que como se ha explicado también hay un consumo global de la ideología a través de la televisión y los demás medios, ya que todos ellos en sus respectivos soportes, tienen una heterogénea audiencia tanto citadina como rural, extranjera o nacional. Un claro ejemplo de este consumo mediático lo podemos ver en la presencia en todos los países de programas como *Baywatch* (Guardianes de la bahía), MTV, Los Expedientes Secretos X (*X Files*), *los talk shows* como los que se producen en Miami, Florida y son transmitidos a toda Latinoamérica gracias a la cadena Univisión.

---

<sup>147</sup> Ibidem. p. 23

Son los medios de comunicación, como los llama Barrie Axford, autor del libro “The Global System”: “vehículos de homogeneización cultural global” (*vehicule of global cultural homogenization*).

Fue inminente la penetración de los medios de comunicación a la vida de los negocios, al mundo de las finanzas, a ser considerados como piezas fundamentales para el dominio de ideologías políticas, religiosas, en fin, fue una penetración de los medios en la vida social de la humanidad. Sin embargo en la era posmoderna, era en la que ha predominado una cultura propiamente visual dirigida sobre todo por la televisión, hace que este aparato sea un elemento omnipresente de la vida ya no tanto social de los sujetos, sino en la vida inconsciente, íntima, esto es que los medios de comunicación, además de penetrar en lo más secreto del ser humano, tienen la capacidad de multiplicar esos espacios y rincones a un nivel masivo y global, ya que la penetración de ellos en todo el mundo, no puede ser detenida.

Es por ello que la vida cotidiana, también puede circunscribirse dentro de los efectos de la globalización, ya que sus consecuencias se pueden rastrear hasta el grado de hacer reconfigurar la realidad a través de los medios masivos de comunicación. Siendo estos parte fundamental para entender la condición del hombre en la Posmodernidad.

### **¿Y que hay de los noticiarios?**

Hable anteriormente que la televisión desde sus inicios, como un sistema complejo de comunicación, se había erigido como el más popular medio de comunicación a partir de la segunda mitad del siglo XX.

Esta idea parte por la siguiente razón, debido a que a lo transmitido y visto dentro del aparato televisivo, fue considerándosele como la verdad que ocurría en el mundo; es decir, a todo las imágenes, programas, documentales, cintas fílmicas, o sea, a toda la programación presentada dentro de la televisión, el público los miró, y lo sigue mirando, con una aureola de veracidad, de autenticidad.

El objetivo de la anterior idea, es que aun a inicios del tercer milenio de la civilización, se sigue teniendo esta concepción omnipresente de la verdad, de la realidad, dentro de la televisión posmoderna. Esta responsabilidad recae en los noticiarios, que a su vez constituyen una parte fundamental para la vida de cada canal, cadena o compañía televisiva.

Los noticieros son en este sentido el espacio televisivo en donde se muestra las imágenes más espectaculares que suceden en el mundo. Creo que esta espectacularidad, este asombro en el que se mantiene la mayoría del público televidente, es porque dentro del aparato televisivo se presenta la cotidianidad del mundo, se presentan caso y cosas de las personas comunes y corrientes.

Ahora bien, hablar de los noticieros o informativos para utilizar la terminología técnica propia de la producción, tiene varias vertientes, varias concepciones y diferentes puntos de vista con lo cual pueden ser abordados. Mas lo que interesa señalar es que a los noticieros son la parte medular de cada compañía o empresa dedicada al negocio de la televisión. Esto por qué. Por poner en ejemplo, en México la mayoría de los canales televisivos tienen segmentos informativos distribuido a lo largo del día. Exceptuado al canal 5, y 22 se podría hablar que son lo únicos que no tienen un noticiero establecido fijamente. Sin embargo, se puede decir que cuentan con “cápsulas” informativas en horarios determinados.

En México el noticiero “suelen articularse en torno a tres ediciones (mañana, tarde y noche) y cada una tiene sus peculiaridades.” Y parece ser que el más importante es el nocturno debido a condiciones socio-económicas.

Las cuales no serán abordadas aquí. Lo que importa señalar de los noticiarios y su papel su relación con la condición del hombre a inicios del siglo XXI, es que a través de las pantallas de televisión la realidad misma suele ser mal interpretada. Y como muchos investigadores han concluido sobre este tema:

“... es que la televisión mal vista, puede tener efectos desastrosos.”<sup>148</sup>

---

<sup>148</sup> “Manual (para listos) de la caja tonta”. Muy Interesante. p. 53

Esto se debe a que lo que impera dentro de los noticieros es mayormente imágenes, noticias sobre hechos violentos, sangrientos. En el argot periodístico existe el término amarillista para señalar a la prensa que exagera sobre los temas violentos solamente para vender más. Otro término que existe para nombrar a la prensa que explota de manera exagerada a la violencia, como única forma de llamar la atención, el de nota roja.

A que me refiero con lo anterior. He expuesto que la televisión ha evolucionado, al igual que la sociedad, junto con sus criterios, su pensamiento y la forma de ver la vida. Esto mismo sucede con la televisión. Los noticieros posmodernos, también son parte de esta evolución, y como lo expuse anteriormente, también existe una estrategia en ellos para llamar más la atención de los televidentes. Si recurrir a descubrir el cuerpo de los sujetos fue la estrategia de los programas y películas de entretenimiento para captar mayor número de audiencia.

Los noticieros posmodernos recurrieron a la violencia, la sangre, la agresión y la muerte para tener audiencia.

En México existen tres noticieros que exclusivamente se dedican a la sobreexplotación de imágenes de violencia. Si no mal recuerdo son: “Testigo en alerta” de Televisa, “Ciudad desnuda” de Televisión Azteca y “Primer Impacto” de Univisión. Cada por su lado, pero siguiendo la misma temática, se dedican a presentar notas de actos violentos, en donde la sangre es el ingrediente predilecto de los reporteros, directores y productores de dichos programas.

Para darle una explicación a este fenómeno, nuevamente me apoyare en Román Gubern, quien explica que a través de investigaciones etológicas hechas en mamíferos existe una “mirada preferencial” que es cuando algún sujeto de cualquier especie centra su mirada atentamente en un hecho determinado. Este hecho le llama la atención de forma especial, es tanta que no puede dejar de verla. Este es a grandes rasgos una evolución antro-po-filo-genética de las especies más evolucionadas. Este fenómeno también se presenta en la especie humana.

Pero el mismo autor menciona que se ha descubierto que esta “mirada preferencial” se centra generalmente y con mayor atención en dos

circunstancias especiales. Las cuales son: el sexo y los actos violentos. Será casualidad que la televisión posmoderna esté inundada de esas dos “circunstancias”.

Entonces tenemos que si la televisión presenta en la pantalla hogareña la realidad, inmediatamente pensamos que la realidad es pura violencia, agresión, sangre y muerte. Y que eso es lo único que quiere ver el sujeto posmoderno, porque ello es lo único que puede satisfacer su mirada preferencial, su instinto natural voyeurista. A pesar no darse cuenta que la mente y conciencia es explotada por criterios comerciales. Que los productores, directores y reporteros trafiquen con el dolor, la amargura y la pena humana.

Es por ello que la condición del hombre posmoderno, como se mencionó anteriormente, esta cimentada en la soledad, la claustrofilia, el escepticismo, la apatía, la desidia, entre otras características. Será porque lo que se transmite en la televisión, en especial en los noticieros no deja otro tipo de sentimiento que experimentar después de ver las imágenes que en ellos se transmiten.

## Conclusiones

Iniciar este trabajo de investigación con la mención y descripción de algunos de los hechos históricos que caracterizaron al periodo conocido como la Modernidad se debe antes que nada, a que existen elementos dentro de cada uno de los tres movimientos que le permitieron a toda la humanidad a cambiar completamente su manera de pensar. Asimismo, vemos que cada una de las características particulares de La Reforma, La Revolución Francesa y la Revolución Industrial, se conjugaron, cada una por su lado y a su manera, para brindarle a la humanidad toda una serie de conocimientos y técnicas que permitieron producir una mayor cantidad de información, de mensajes, todos ellos vistos plasmados en los medios de comunicación que se inventaron, desarrollaron y perfeccionaron dentro de la Modernidad.

Ahora bien, en este sentido no se tienen que ver como el máximo logro de la Modernidad haber sido la época en que se experimentó un despliegue y un extenso desarrollo dentro del campo de las ciencias, pues sería injusto pensar que ello es solamente privativo de dicha época. Existe una estrecha relación entre el cambio ideológico, sobre todo en lo religioso, que le permitió a la comunidad científica de esa época poder encontrar los espacios adecuados y sobre todo la apertura ideológica para poder aceptar que el mundo podía ser explicado de formas más reales y verdaderas que aquellas que se encontraban escritas dentro de los libros religiosos.

Esto a su vez tiene otra relación con el carácter social, el cual se debe a los cambios que experimentaba toda la sociedad en su conjunto debido a la apertura comercial que experimentaba Europa a principios del siglo XVIII, y que vino a ser más consistente y observable ya entrado el siglo siguiente, que es el fenómeno del individualismo.

En palabras de F. Savater, en su ponencia "Los caminos para la libertad", el individualismo es:

“... un producto de la sociedad u ésta, conforme ha evolucionado ha sido sofisticando más alejándonos del tribalismo y de la mentalidad... colectivista, mágica, teocrática, etcétera, del pasado. De acuerdo a su evolución

las sociedades producen más individualismo.”<sup>149</sup>

En la Posmodernidad el individualismo es un signo característico, ya que como lo suelen aclarar autores encargados de estudiar este tema, se puede percibir en la importancia, uso y función de los medios de comunicación contemporáneos, en especial la televisión, pues un claro ejemplo de su importancia en la vida de todos los individuos se manifiesta en la cantidad de horas consumidas en las que se mira al aparato receptor.

Como lo menciona D. Staples, en su “Antología del cine norteamericano”:

“... se estima que el niño norteamericano medio pasa tantas horas viendo cine y televisión como las pasa en el aula de la escuela.”<sup>150</sup>

Por su parte R. Gubern dice que en su país, España, nos dice que el promedio de ver la televisión por individuo es de 3.5 horas diarias (211 minutos) y las amas de casa “consumen 25 por ciento más televisión que el conjunto de la población, con una media diaria de cuatro horas y 49 minutos.”<sup>151</sup>

Y según el Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa estima que:

“En nuestro país los niños están frente al televisor un promedio de cuatro horas al día, lo que representa un tiempo considerablemente superior al que se dedican a estudiar y a alimentarse. Es decir, en promedio los niños ven de 22 a 25 horas semanales de televisión. En edad preescolar, la cifra es mucho mayor ya que alcanza un promedio de 54 horas por semana, o sea, alrededor de 7 u 8 horas diarias que pasan frente al televisor.”<sup>152</sup>

---

<sup>149</sup> Savater. F. Los caminos para la libertad. p. 22. Transcripción del ciclo de conferencias en la cátedra Alfonso Reyes del ITESM.

<sup>150</sup> Staples. Donald. Antología del cine norteamericano. p. 89

<sup>151</sup> Gubern. R. Op. Cit. P. 26. De igual forma el mismo autor menciona algunos índices de horas consumidas de televisión en territorio europeo: Turquía 219 minutos, Reino Unido 216’, Italia 215’, solo por mencionar algunos.

<sup>152</sup> Suplemento “Televisión de los peques”. Novedades. 24 de septiembre 2001.

Estas cifras dan cuenta de que la televisión se ha convertido en un artículo no solo para distraerse o encontrar entretenimiento, sino que ha formado parte inseparable de la vida de los sujetos. Todo ello al gran despliegue tecno-científico-humano.

En este sentido los avances tecnológicos no fueron las únicas razones por las que se lograron que los medios de comunicación tuvieran una repercusión dentro de la vida cotidiana de los seres humanos. Los avances experimentados sobre todo en el mundo del telégrafo, el teléfono, la radio, la fotografía, el cine y posteriormente en la televisión, podemos pensar que también fueron suscitados por una conciencia social, científica, comercial, etcétera, que de antemano había vislumbrado las necesidades aun insatisfechas que los sujetos hacían patentes con sus formas de vivir y de comportarse ante la sociedad. Esta forma, como se ha venido desarrollando a lo largo del trabajo, fue aprovechada por toda una serie de técnicos, teóricos, empresarios y políticos para hacer cada vez de los medios de comunicación un mayor instrumento para invadir la intimidad individual de los humanos. Esto como bien se ha expuesto, lleva a pensar en la imperativa y gradual transformación de las relaciones sociales y personales de los sujetos ante el gradual y lento proceso de eliminación de contacto e intercambio de conocimiento, ideas y sentimientos de una forma cara a cara y en vivo.

En la actualidad tenemos una sociedad dominada, principalmente, por la velocidad de los flujos de información. Viéndose claramente la diferencia entre la sociedad Posmoderna y sociedad Moderna, ya que ésta última era una sociedad sustentada principalmente en la labor mecánica, por medio del vapor, el carbón, la ferretería, del monopolio y la especialización en todo en el trabajo.

Esta condición ha llevado, como se ha mencionado a lo largo del trabajo, a ver un verdadero despliegue inimaginable en los medios de comunicación. Este fenómeno repercutió directamente en estructuras tanto en lo social, cultural, filosófico, psicológico -inclusive me aventuraría a decir que también en lo fisiológico.

Pues situó a los sujetos de la sociedad contemporánea a tener una reorganización en cuanto a sus hábitos sociales, culturales, así como en las



costumbres, llevándolos a tener conductas y practicas simulatorias de todas aquellas actividades que realizan, una de las más interesan en este trabajo es de aquellas que explotan todas aquellas emociones y sensaciones que tienen estrecha relación con la libido humana.

La producción, creación, explotación, exhibición, compra y venta de imágenes, vista en los principales medios audiovisuales e gráficos, nos hacen pensar que en la actualidad la cultura contemporánea iconográfica domina la vida de los sujetos dentro de la posmodernidad. Sin embargo, en últimas décadas se ha observado que la producción, creación, exhibición, etcétera de las imágenes esta destinadas a hacer alusión abierta, directa y real con la sexualidad humana. Esta estrategia mediática, creó, es una clara muestra de la por demás elevada identificación que tiene el ser humano con el cuerpo desnudo, y que a través de la explotación de la libido sexual.

La pregunta a reflexionar sería ¿Por qué el sexo? La respuesta tendría que ser rastreada desde los inicios del propio siglo, me explico. Al momento en que la humanidad pudo tener un desarrollo económico, industrial, las sociedades se permitieron tener la creación de toda una serie artículos ilimitados, producidos en grandes cantidades, ya que los sujetos abiertamente los consumían. Esto llevo a pensar que los artículos, tales como carros, televisores, radios, casas, piscinas, fueron esos medios predilectos por los cuales los sujetos se identifican para encontrarle sentido a la vida, a sus actividades, a sus relaciones y como forma en que los sujetos se concebían a sí mismos. A través de los artículos los sujetos podrían darle la solución a todos sus problemas, tanto emocionales, sociales, psicológicos. A esta era, como de desarrolló en el trabajo se le dio el nombre de la sociedad de consumo, y pertenece a la fase superior de la época Moderna.

Pero en la Posmodernidad, en donde la sociedad, los individuos adquieren otra dinámica social, una nueva forma de percibir el mundo, y sobre todo en donde los regímenes sociales, culturales, filosóficos, económicos, científicos, tecnológicos, entre otros, tienen a sufrir una nueva reorganización. De igual forma el sujeto posmoderno buscó un nuevo mecanismo en donde podría encontrarle sentido a la nueva vida que le imponía el ritmo de vida posmoderno. Este fue en el sexo, en la sexualidad, y por relación directa, en el cuerpo humano.

Esta manifestación podría ser entendida y explicada sucintamente, como una forma por la cual se puede encontrar un método o mecanismo por el cual la mayoría de las necesidades humana puede ser satisfechas, como por ejemplo los múltiples problemas que trae consigo cada una de las características forma de la vida posmoderna, como son el aislamiento, la soledad, la vida cada vez más rápida, los cambios emocionales, las responsabilidades adquirir cada vez por los sujetos en sus empleos, sus hogares, etcétera.

Así, encontramos que el sexo visto dentro de los medios de comunicación, como un mecanismo para controlar las necesidades de se erigen dentro del terreno del sistema social, educativo, económico y hasta ideológico.

De esta forma se puede decir que el sexo, dentro del terreno de la exhibición pública y abierta en los medios de comunicación de masas, se convierte en un mecanismo social aceptado utilizado para construir o eliminar alguna barrera en la realidad social, psicológica, emocional o sentimental en cada uno de los individuos que la consumen en variadas ocasiones.

También existe la posibilidad de ver en este tipo de comportamiento, la consumir el sexo en cualquiera de sus formas, una actitud en que los sujetos desean encontrar un mecanismo para llegar a cierta o determinada autorrealización ya sea en el terreno de lo social, o ya sea en lo personal.

Bajo este mirada, podría decirse que la explotación abierta y aceptada de la sexualidad de las personas, se convierte en un producto consumible destinado a aliviar las necesidades emocionales, sentimentales, existenciales de cada uno de los sujetos que viven dentro de la Posmodernidad.

Es así pues que los medios de comunicación, desde su más remota aparición, se han dado a la larga tarea de hacer parecer al consumo del sexo como una actividad humana primaria, muy similar a aquellas que son las de crecer, comer, dormir. Sin en cambio, en la Posmodernidad la televisión, pues es a través de ella en donde mayormente se percibe el consumo de la exhibición abierta del cuerpo humano. Esta sobre explotación de las imágenes generó una crisis, en el orden emocional, psicológico, filosófico, social y

personal, ya que no se pudo llegar a satisfacer plenamente aquellas necesidades que los sujetos manifestaban, ya que el consumo de las imágenes gradualmente fue dándose en una mayor cantidad de este tipo de mercancía.

Ahora bien, anteriormente se habló de una crisis generada por la televisión en la humanidad en años pasados. Esta crisis, al revisar la historia de los medios de comunicación bajo esta perspectiva, reside en el hecho de que el sistema tecno-científico-humano destinado a la televisión, hizo que este medio fuera más allá de los límites establecidos y pensados sobre los que se podía concebir principalmente a un medio de comunicación. Sobre este sentido afirma Bryan Key:

"La televisión es la que decide cuándo se acuesta la familia (después del noticiero de las 11:00), cuando va al baño la familia o entabla una conversación (durante los comerciales), cuándo la familia hace las comidas y botanas, qué actividades familiares tendrán lugar los fines de semana (relacionados con los partidos, los horarios de la programación, y temporada de deportes), cuándo los padres tendrán relaciones sexuales y cuando no (¿quién no se cansaría después de una noche de arduo trabajo frente al aparato de televisión comiendo papas y cerveza?)."<sup>153</sup>

A través de esta simple, pero completa descripción de la imperante penetración de la televisión a la vida de los seres humanos, se puede constatar que desde un principio de su invención, se vio al aparato de televisión como el medio en el que se podían encontrar todas las soluciones a los conflictos humanos, los cuales pueden ir desde la simple compañía a personas solitarias. Véase como ejemplo el caso del síntoma del miedo a la soledad en el que se utiliza al televisor como emisor de ruidos para sentirse acompañado, mientras los individuos hacen sus actividades cotidianas sin prestar mayor atención a lo que sucede en la pantalla.

Y mucho más allá de lo anterior, se ve el claro ejemplo de encontrar en la televisión como el sustituto perfecto de un profesor, una niñera, de los padres, de los abuelos, de los amigos, con el cual podemos tener acceso a

---

<sup>153</sup> Bryan Key. W. La seducción subliminal. p. p. 108-109

relaciones sociales muy similares a las reales. Y sobre todo, que es el mayor ejemplo, además de ser uno de lo más representativo de la Posmodernidad, la de compararse y verse como al mejor psicoanalista que le presta ayuda a una alta cantidad de individuos para resolver sus problemas existenciales, cotidianos, tal como es el caso de los *talk shows* ya mencionados anteriormente.

Esta posición lleva, como consecuencia directa, a traer nuevamente a cuenta la mención de sexo, o la sobre explotación del cuerpo humano, dentro de los programas televisivos. En este sentido las imágenes dentro del aparato receptor, con su sentido erótico visto en los cuerpos semi o completamente desnudos, puede interpretarse como el sustituto de la compañía humana, que tanto necesita el ser humano.

Los programas televisivos, con sus contenidos e imágenes altamente sexuales, se instalan en la mente de los sujetos con la finalidad de llenar un vacío, no sólo en el ámbito social, psicológico sino que hasta el grado fisiológico, haciendo que el acto de ver la televisión se convierta en un acto meramente simulatorio de una relación sexual al momento de estar observando la exhibición abierta y continua de los cuerpos humanos. En términos de educación sexual, sería similar a un acto masturbatorio.

Cabe recordar que en el acto de la masturbación es el sustituto o mera representación o simulación de una relación sexual, y con la presentación de los cuerpos dentro del aparato televisivo, parece ser que se pretende llegar a ese estado, a una mera simulación o evocación de lo que se desea dentro de una relación sexual.

Hasta ahora solo se han mencionado algunas de las consecuencias relacionadas con la televisión, y partiendo de una mayor exposición de imágenes que aluden directamente al cuerpo humano como parte principal y dentro de los programas televisivos, así como de películas cinematográficas y vídeo clips musicales, que al fin de cuentas terminan siendo parte de las programaciones televisivas cotidianas, puede decirse que hay una parafernalia y voluptuosidad del cuerpo humano dentro de la pantalla, tanto de mujeres como de hombres, esta situación lleva a pensar que esta representación icónica forma parte ya de la vida cotidiana (consciente) e íntima (inconsciente) de los

sujetos de la Posmodernidad.

Este panorama hace pensar, con ayuda del psicoanálisis, sobre una posible carencia, una insatisfacción o una frustración en cuanto al reconocimiento de los individuos de sí mismos, como de los demás referentes sociales que existen dentro de la cultura. Y si se ve el mismo fenómeno bajo otro punto de vista y se pone al consumo de las imágenes altamente con significados sexuales, bajo la clásica y conocida ley de Economía de la oferta y la demanda, se advierte que el consumo se hace porque hay una gran demanda de ese tipo de mercancías, y se llega al mismo punto de partida, que se consumen debido a factores de tipo íntimo, personal, que solamente pueden obedecer a situaciones que recaerían dentro del campo de la salud mental y que aun no puede ser satisfechas.

La televisión, sobre todo como medio de comunicación al que se le dotó de un mayor desarrollo tecnológico en comparación de los demás medios, tales como la radio, el cine, la fotografía, entre los más conocidos, se vio desde sus inicios investido de un poder absoluto y omnipresente. Pues a la televisión se le vio como el medio que podía ser visto como el canal con el que los problemas de la sociedad podían ser resueltos de la misma forma, y con la misma facilidad, pues todos ellos serían transmitidos en un mismo canal de comunicación.

La televisión se convirtió, de esta manera, en un aparato por el cual los individuos podían encontrar entretenimiento, educación, información, socialización e integración cultura, nacional e ideológica, entre otras. Y a últimas fechas, gracias al fenómeno de los *talk shows*, abordados en el último capítulo del trabajo, como un espacio y diván psicoanalítico en el que los sujetos podían encontrar la cura a todos sus problemas mentales y sociales a través de la socialización y manifestación de ellas a través de las cámaras televisivas y sobre todo ante la mirada de millones de espectadores anónimos y desconocidos por el mundo.

De esta forma, al ver una breve parte de la historia de los medios de comunicación, y sobre todo de la tendencia a la recurrió la televisión para posesionarse de un mayor número de auditorio entre los demás medios de comunicación de masas, se puede observar, que bajo los programas

transmitidos se identifican deseos -o que cree desear el público- que solamente pueden ser realizados, cumplidos y satisfechos a través de la rutina de sentarse y ver un aparato con luz destellante en ciclos por segundo.

Esta postura puede verse claramente en la calidad social, teórica, histórica en la que se refugian los programas televisivos.

La televisión se constituyó como un signo indistinto de la Posmodernidad, debido a que se convirtió, desde sus inicios en un sustituto de las actividades culturales tradicionales, tales como leer, escuchar el radio, asistir a la misa los domingos, ir al teatro o realizar cualquier actividad fuera del hogar. En la Posmodernidad esta gama de funciones van mucho más allá de las actividades recreativas o de entretenimiento, pues la televisión después de que se descubrieron en ella múltiples formas de utilización, no solamente ocupó el lugar de las anteriores actividades, sino que también en ella se vieron nuevas o extrañas funciones o papeles, tales como el ser el sustituto de la escuela, de los padres y hasta de la religión y otros atributos tendientes a satisfacer necesidades psicológicas, sexuales y sociales entre otras.

Sin embargo, en la actualidad y al iniciar el tercer milenio de la historia humana, se ha visto a la televisión como el medio para solucionar la mayoría de los problemas psicológicos, sociales, políticos, económicos del hombre, pues en este aparato "audiovisual polifuncional" como lo nombra Román Gubern, se ha depositado el total poder de la mayoría de los sujetos posmodernos.

Ahora bien, hablar de la poca calidad de los programas televisivos, y sobre todo a aquellos que se han mencionado y referido a lo largo de la tesis son meros ejemplos entre los cuales se puede hacer una lectura sobre la condición del hombre que impera en el sentido emotivo, sentimental y espiritual en la Posmodernidad, lleva a situar este calificativo dentro del terreno de lo subjetivo, además de abrir un amplio debate sobre lo que es bueno o malo dentro de la televisión.

Pero una aproximación de lo que deben contener los programas para que realmente puedan ser considerados dentro del sentido más amplio de la palabra comunicación, la encontramos en la lista que realizó Sean McBride,

presidente de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, en cuanto a manifestar las principales responsabilidades de lo que implica el término comunicación, sus responsabilidades son las siguientes: Información, Socialización, Motivación, Discusión, Educación, Avance Cultural, Entretenimiento e Integración.

Si transportamos y relacionamos estos términos con los programas televisivos antes mencionados, encontramos que ningunos de las anteriores palabras o términos tienen bases suficientes para ayudar al autodesarrollo personal, a la identidad cultural, la libertad, al respeto por la dignidad humana y a la ayuda mutua. Condición del hombre en la Posmodernidad.

## **Bibliografía**

Aristóteles. La política. México. 1991. Ed. Espasa-Calpe Mexicana. 21ª Edición.

Axford, Barrie. The global system. The Global System. Economics, Politics and Culture. Gran Bretaña. 1995. Ed. St. Martin's Press.

Baena, Guillermina y Montero, Sergio. Como elaborar una tesis en 30 días. México, 1985. Editores Mexicanos Unidos.

Baudrillard, Jean. El sistema de los objetos. México, 1992. 12ª edición. Siglo Veintiuno Editores.

Bell, Daniel. Las contradicciones culturales del capitalismo. México, 1977. Ed. Alianza Editorial Mexicana.

Berman, Marshall. Todo lo sólido se desvanece en el aire. Experiencia de la modernidad. México, Siglo Veintiuno editores. 11ª edición en español.

Carranza, Fermín. Revolucionarios de la ciencia. Argentina. 1998. Javier Vergara Editor.

Delarbre, Trejo Raúl. La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes. México. 1996. Fundesco-Diana.

Dizard, Wilson. La era de la información. México. 1985. Editorial Logman.

Duque, Aquilino. El suicidio de la modernidad. España, 1984. Bruguera.

Forester, Tom. Sociedad de alta tecnología. México, 1992. Siglo Veintiuno. 1ª edición en español.

Foster, Hal (compilador). La posmodernidad. México, 1988. Editorial Kairos. 1ª edición en español.



Freund, Giéele. La fotografía como documento social. España. 1974. Gustavo Gili. Mas s Media.

Fromm, Erich. El miedo a la libertad. México, 1994. Paidós Studio.

\_\_\_\_\_. Psicoanálisis de la sociedad contemporánea. México, 1971. Fondo de Cultura Económica. 9ª reimpresión.

\_\_\_\_\_. La sociedad industrial contemporánea. México, 1990. Siglo Veintiuno. 16ª edición.

García, C. Nestor. Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, 1989. Grijalbo.

Gubern, Román. El eros electrónico. México, 2000, Taurus. 1ª edición.

\_\_\_\_\_ La mirada opulenta. Exploración de la inconosfera contemporánea. España. 1987. Editorial Gustavo Gili

\_\_\_\_\_. Sociedad de masas y comunicación. España. 1977. Editorial Península

Hourdin, Georges. Proceso a la sociedad de consumo. España, 1969. Editorial Dopesa.

Kamier, Wendy. Yo soy disfuncional, tu eres disfuncional. Lúdica crítica a la literatura y a los movimientos de recuperación y codependencia. México. 1995. Ediciones Deusto.

Kerr, Walter. El rechazo del placer. España, 1964. Ediciones Sagitario.

Lipovestky, Gilles. La era del vacío. México, 1986. Ediciones Anagrama. 9ª edición.

Molina y Veida. S. Escepticismo políticos. México. 1994. Editorial UNAM.

Messadié, Gerald. La crisis del mito norteamericano: Réquiem por Superman. México, 1993. Editorial Diana.

Oberndörfer, Dieter. La soledad del hombre en la sociedad norteamericana. España. 1964. ediciones Railp.

Pico, Josep (compilador). Modernidad y postmodernidad. España, 1988. Alianza Editorial.

Platón. Diálogos. México. 1975. Ed. Porrúa. 15ª. Edición.

Quijada, S. Miguel Angel. La televisión: análisis y práctica de la producción de programa. México, 1986. Ed. Trillas

Salvat (Biblioteca). La sociedad de consumo. España. 1973. Salvat Editores.

Savater, Fernando. Los caminos para la libertad. Ética y educación. (Col. Cuadernos para la cátedra Alfonso Reyes del Tecnológico de Monterrey). México. 1999.

Toffler, Alvin. La tercera ola. México, 1980, Editorial Edivisión,

Toffler, Alvin y Heidi. Las guerras del futuro. México, 1993. Plaza & Janes Editores.

Tosi, Virgilio. El cine antes de Lumière. México, 1993. UNAM.

William, R. Historia de la comunicación. De la imprenta a nuestros días. (Vol. 2). España. 1992. Bosch Casa Editorial.

## Hemerografía:

Alcalde, Jorge. "Cómo ver televisión con inteligencia". México. Muy Interesante. Año XV. No. 1. Enero 1999, pp. 50-55.

Alcalde, Jorge. "Llega la nueva televisión". Mexico. Muy Interesante. Año XVIII. No. 02. Febrero 2001, pp. 20-28.

Alcalde, Jorge y Lapuente, Chema. "Ya está aquí el futuro digital". México. Muy Interesante. Año XVII. No. 1. Enero 2000, pp. 20-27.

Lapuente, Chema. "Lo último en audio, vídeo y televisión" México. Muy Interesante. Año XV. No. 03. Marzo 1999, pp. 5-19.

Sacristán, Alejandro. "La sociedad del espectáculo en el teleplaneta". México. Muy Interesante (especial). No. 15. Enero-Junio 1994, pp. 12- 24.

Selser, Irene. "Un vistazo a los espejos de las sociedades". México. Milenio Diario. Año 1. No. 303. 29 de octubre 2000, pp. 32-33

Stasio, Marylin. "... When talk shows become horror shows". (Cuando los talk shows se convierten en espectáculos de horror). USA. Cosmopolitan. Vol. 219. No. 4. Octubre. 1995, p. p. 250-253.