

## Ideologías y cultura de masas: aviso para navegantes

### *Ideologies and mass culture: storm warning*

**Fechas** | En edición: 16/10/2018 - Publicación final: 01/01/2019

### **Dr. Aníbal SALAZAR-ANGLADA**

Universitat Ramón Llull. España. anibalsa@blanquerna.url.edu

### ***Ideologías políticas en la cultura de masas***

Coordinadores: Antonio PINEDA-CACHERO; Jorge David FERNÁNDEZ GÓMEZ y Adrián HUICI

Madrid: Tecnos, 2018.

368 páginas

ISBN: 978-84-309-7358-3

Ebook: 978-84-309-7364-4



### **Resumen**

*Ideologías políticas en la cultura de masas* es un análisis riguroso de la presencia de múltiples ideologías políticas en el contexto de la cultura de masas y su matriz generadora: los medios de comunicación. En este sentido, el proyecto conecta con una larga tradición de aproximaciones teóricas y aplicadas a los productos de la cultura mediática, que trascienden en ocasiones la dimensión del entretenimiento y acaban convirtiéndose en una plataforma de difusión de ideas políticas.

### **Palabras clave**

Cine; Cómic; Cultura de masas; Ideologías políticas; Literatura; Propaganda.

### **Abstract**

"Political ideologies in mass culture" is a rigorous analysis of the presence of multiple political ideologies in the context of mass culture and its generating matrix: the media. In this sense, the project connects with a long tradition of theoretical approaches and applied to the products of media culture, which sometimes transcend the dimension of entertainment and end up becoming a platform for the dissemination of political ideas.

### **Keywords**

Comic; Literature; Mass culture; Movies; Political ideologies; Propaganda.

En *Los orígenes del totalitarismo*, publicado por Hannah Arendt en 1951, esto es, en el contexto inmediato al fin de la Segunda Guerra Mundial, la pensadora germana nos advierte sobre el peligro de las ideologías, en sí no perniciosas, pero que, llevadas a extremo desde un pensamiento fundamentalista, resultan nocivas para la convivencia entre iguales en el marco de las sociedades libres. Ninguna ideología, llámese *fascismo*, *comunismo*, *nacionalismo*, *cristianismo*, *islamismo*, *neoliberalismo*, *feminismo*, *ecologismo*, y otros ismos que el lector podrá añadir con poca dificultad, escapa a la tentación de tratar de imponer sus principios doctrinales "urbi et orbi". En cambio, la virtud de la democracia, aun con todas sus imperfecciones, radica en que no se trata precisamente de una ideología, más bien está por encima de las ideologías en su afán de organizar el espacio público compartido y facilitar la gobernanza del *démos*. De este modo, la socialdemocracia, que logró expandirse en Europa como solución a los viejos conflictos territoriales que habían asolado el viejo continente, fue capaz de reunir a tendencias ideológicas por largo tiempo enfrentadas, unas y otras abocadas sin más remedio a cohabitar en la arena parlamentaria. Sin embargo, para nuestra desgracia, en los últimos años hemos vivido una preocupante reaparición de algunos viejos fantasmas que estaban adormecidos. Así, por ejemplo, la extrema derecha, hoy en auge en buena parte de Europa (en países como Francia, Holanda, Austria o Suecia); y, emparentados con aquella, los brotes nacionalistas a diversa escala: desde el involucionismo impredecible de Trump, que deja aislado a EE. UU. de la política mundial, hasta las pretensiones delirantes de Puigdemont-Torra en su idea de una Cataluña arcádica a salvo del yugo del "Estat espanyol" (que, como todo el mundo sabe, es un "Estado fascista", aunque los "rankings" internacionales digan lo contrario), pasando por la Polonia de Jaroslaw Kaczynski, cuyo partido en el Gobierno, el PiS (Ley y Justicia), enarbola el nuevo nacionalismo polaco al tiempo que la UE financia el 60% de las inversiones públicas de este país centroeuropeo. En otro orden de cosas, el feminismo, cuya valía histórica está fuera de toda duda, pero que, con la irrupción de la llamada "tercera ola" (más bien tsunami), por no hablar del "feminismo interseccional", se eleva hasta el delirio al punto de desfigurar su razón de ser, tiene hoy un impacto social de primera magnitud en el diseño de las políticas gubernativas. "Somos un Gobierno feminista", ha declarado ante la ONU el actual presidente español, Pedro Sánchez, sin explicar a qué se refiere exactamente con ello. Estas no son sino unas pocas manchas de una pintura impresionista más amplia y compleja que nos muestra, para quien sabe leer los indicios, un futuro inquietante, por momentos incierto.

En este contexto presente, el volumen que coordinan Antonio Pineda, Jorge D. Fernández Gómez y Adrián Huici, centrado en el estudio de las ideologías políticas en la cultura de masas, resulta muy oportuno y harto recomendable su lectura. Antes de abordar el contenido del libro, cabría comenzar hablando del posicionamiento de los coordinadores en un nivel conceptual, expuesto de forma clara en las páginas introductorias: "Desde nuestro punto de vista, en los espacios de la cultura mediática pueden coexistir ideologías *mainstream* o de corriente principal con puntos de vista minoritarios, de la misma forma en que perspectivas políticas moderadas se dan la mano con ideologías radicales y extremas. [...] En resumen, el presente libro parte de que los medios masivos y su cultura, la cultura de masas, son capaces de albergar diferentes ideologías políticas" (11-12). Un ejemplo claro, por remitirnos a un contexto cercano antes mencionado, es el que estamos viendo en el secesionismo catalán, capaz de movilizar a una masa de gente nada desdeñable y aglutinar bajo un mismo objetivo –la proclamación de una República catalana– a partidos tan distintos como la antigua Convergencia refundada en el PDeCAT, una formación de centro derecha liberal, y las CUP, que representan el ala más radical anticapitalista. Pero, igualmente, desde un punto de vista sociológico asombra ver la amalgama ideológica sobre la que se sustenta la controvertida presidencia de Donald Trump, que congrega lo mismo a poderosos empresarios que a la clase trabajadora (*working class*); lo mismo a hombres blancos de ojos claros representantes del supremacismo americano que a inmigrantes latinos orgullosos de su americanidad postiza. A estos seguidores tan dispares les unía una fuerte razón: el hartazgo frente al *establishment* político que representaba Hillary Clinton, continuadora de la obra de su esposo Bill Clinton y de Barack Obama. De ahí que, en un arranque de fe, de errática fe alimentada por el populismo barato, una masa desencantada eligiese como presidente de los EE. UU. a un empresario grosero metido a político. Pero, cuidado, *Ideologías políticas en la cultura de masas* no es, sin más, un libro de teoría política. El acierto de esta monografía radica en reunir y presentar de forma sistémica, esto es, desde una arquitectura bien pensada, una serie de trabajos de distintos investigadores que, a la luz de unas determinadas ideologías, analizan los diversos productos de consumo de la cultura de masas, ya sea un filme, una canción pop o rock, un cómic, una serie de televisión o una novela. En lo que se refiere a los autores de los capítulos, el núcleo principal, incluidos los promotores del libro, lo compone una generación de docentes/investigadores de la Universidad de Sevilla –Antonio Pineda, Jorge D. Fernández, Adrián Huici, Marina Ramos, Jesús Jiménez-Varea, entre otros– que, desde hace dos décadas, viene dando a conocer importantes trabajos teóricos y analíticos en las distintas áreas de la Comunicación, en concreto en los campos de estudios de publicidad, marketing, ideología y propaganda.

El primer capítulo, a cargo de Adrián Huici, que sirve de pórtico teórico al libro, está dedicado a la *cultura de masas*, un concepto sociopolítico que ha ido mutando desde los años 20 (en 1921 Freud publica su ensayo sobre la psicología de las masas; y en 1929 José Ortega y Gasset publica *La rebelión de las masas*). Huici rastrea los modos a través de los que el discurso ideológico, en ocasiones alineado y confundido con el discurso del poder, penetra en la sociedad por medio de productos culturales de consumo masivo que reflejan los hábitos y costumbres sociales, y asimismo los sueños colectivos como proyecto de futuridad. Bien es sabido que un discurso puede tanto describir una realidad dada como construirla. Al marco teórico general que se establece en la "Introducción", el cual remite a dos obras fundamentales: *Political Ideologies. An Introduction* de Andrew Heywood (4ª ed., Palgrave MacMillan, 2007) e *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos* de Joan Antón Mellón y Xavier Torrens (3ª ed., Tecnos, 2016), Huici viene a sumar, a la hora de abordar el concepto de *ideología* –“un concepto complejo, polisémico, contradictorio y aun controvertido” (25)–, dos referencias básicas que, en tanto que sustento teórico, suponen un posicionamiento concreto y necesario. Tales referencias son: el libro de Terry Eagleton *Ideología. Una introducción* (Paidós, 1993); y, de Paul Ricoeur, el ensayo *Ideología y utopía* (Gedisa, 1996). Ello sirve al autor de este primer capítulo, no en vano uno de los coordinadores del volumen, para establecer unos principios básicos sobre los que van a operar los análisis ulteriores, a saber: a) que todo discurso encierra una ideología; y b) que toda ideología responde, de un lado, a unas marcas de subjetividad, y, de otro, a un contexto socio-histórico determinado. En cuanto a lo primero, ello resulta especialmente interesante en el caso de la cultura de entretenimiento, que de ningún modo –incluso cuando hablamos de “telebasura”– es inocente. Como dijera en su día Claude Levi-Strauss, todo discurso es en el fondo un *discurso-para* (sin que debamos por ello caer en la neurosis del *panideologismo*, como advierte Huici). Por lo que respecta a lo segundo, está claro que todo enunciado (*dictum*) está determinado por el sujeto enunciator, quien modifica con su actitud el mensaje (*modus*). Un sujeto, qué duda cabe, atravesado por unas circunstancias históricas determinadas y determinantes.

A partir de estas premisas, y desde una perspectiva estructuralista, la presentación de cada uno de los restantes capítulos obedece a un patrón: una breve introducción sobre el objeto de estudio; seguida de un marco conceptual acerca de la ideología puesta en examen; a continuación, el análisis del discurso en el contexto de la cultura de masas; y, finalmente, las conclusiones. A esto se añaden, en cada capítulo, las referencias usadas. Con ello, la cohesión de los trabajos queda asegurada, lo que resulta imprescindible en un volumen colectivo en el que participan poco más de una docena de autores. Ahora bien, establecido el armazón, encontramos trabajos muy diversos y diferenciados en cuanto al modo de aproximación analítica. No obstante, los autores no han trabajado de forma aislada, conocen los capítulos restantes y evitan así solapamientos que hubiesen sido de otro modo inevitables. Temáticamente, el libro hace un repaso de las principales ideologías que recorren la historia occidental desde el siglo XIX hasta nuestros días. Jesús Jiménez-Varea, reconocido estudioso de la cultura comiquística, aborda en el segundo capítulo el liberalismo moderno a partir de los *comic books* estadounidenses, en concreto el *Capitán América* de la Marvel guionizado por Steve Englehart entre 1972 y 1975. La ideología conservadora –con todos los matices que deben añadirse, teniendo en cuenta que el pensamiento conservador aborrece de toda ideología– es puesto a examen en el tercer capítulo por Milagros Expósito Barea a partir de un filme tailandés actual, *Bang Rajan* (2000), y su secuela, *Ong-Bak* (2003), ambos del director Thanit Jitnukul. Otra de las ideologías infaltables es el socialismo, cuya proyección histórica encuentra en el cine de Kaurismäki un revulsivo a contrapelo de los tiempos. En el cuarto capítulo, Jorge D. Fernández y María del Mar Rubio-Hernández analizan, desde la óptica del socialismo, la filmografía del cineasta finlandés, cuyos “héroes” pertenecen al proletariado. Un hecho, este, que los autores tachan de “excéntrico”, dada la deriva presente de las políticas de la UE, por ejemplo, respecto a los flujos inmigratorios. En el capítulo cinco, Marta Policinska nos ubica en el contexto de la Unión Soviética en los años 30, gobernada por Mijaíl Kalinin, antiguo revolucionario bolchevique. El Partido Comunista soviético entendió que los escritores y artistas tenían como misión prioritaria cantar las bondades del socialismo de cuño marxista (como puede verse en el reciente filme polaco *Cold War*, del director Pawel Pawlikowski). El arte y la literatura, pues, quedaban así supeditados a la ideología del poder, lo que dio en llamarse “realismo social”. Pura propaganda en los tiempos duros del estalinismo, que condenó a numerosos intelectuales al ostracismo siberiano. Policinska estudia el caso del escritor Arkadi Gaidar, uno de los autores de literatura infantil más populares en la URSS en la primera mitad del siglo pasado, quien fue soldado del Ejército Rojo. No podían faltar tampoco las series televisivas, en este caso *The Newsroom* (HBO, 2012-2014) y *The Americans* (FX, 2013-), que sirven a los autores del capítulo sexto, Víctor Hernández-Santaolalla y Elena Bellido-Pérez, para analizar el patriotismo norteamericano. Como señalan oportunamente los autores respecto a la primera de las series, que se desarrolla en los estudios informativos de la cadena ficticia ACN, a través de *The Newsroom* se recrea el “ideal romántico de la nación” (175). Mientras que en *The Americans*, reconocida como una de las mejores series televisivas de los últimos años, el patriotismo se vehicula a través de una trama de espías rusos. Un clásico americano, se dirá. Además

del cine y las series de televisión, la música ocupa un lugar destacado en el volumen objeto de esta reseña. El anarquismo nos viene de la mano de la música pop-rock española, en concreto a partir del análisis que realizan en el capítulo siete Jorge D. Fernández y Antonio Pineda de dos grupos míticos: Aviador Dro y sus Obreros Espacializados, en la corriente del pop electrónico; y el grupo *punk* vasco Eskorbuto, en la línea del rock radical antisistema. Las letras de los raperos Pablo Hasel y Valtonlyc, condenados en nuestros días por la justicia española por sus letras, poco o nada se diferencian de las de aquellos grupos de los años 80, cuando gobernaba el PSOE de Felipe González. En "Maldito país" (1986), de Eskorbuto, se dice: "Policía nacional, picoletos de mierda, capitanes generales. / Este maldito país es una gran pocilga". Resulta interesante la relación que establecen los autores entre el *punk* británico y el que surge en el País Vasco en los duros años de la ETA. Menos familiar que las anteriores ideologías nos resulta el *objetivismo* como constructo filosófico que desarrolla la escritora rusa Ayn Rand, de quien nos habla en el capítulo octavo José María Calvo Moreno, en concreto de la novela *Atlas Shrugged* (1957). A la contra del *idealismo* filosófico, el *objetivismo* de Rand sostiene que la realidad es independiente de nuestra consciencia y no una proyección de esta. Y que, porque es objetiva y objetivable, podemos captar la realidad a través de los sentidos. Pero, además, en términos de eudemonología, Rand defiende el "liberalismo económico" como la única teoría social y económica capaz de llevar la felicidad al individuo. Retornando a los años 30, Adrián Huici examina en el capítulo noveno el filme *El triunfo de la voluntad* (1935) de Riefenstahl como artefacto de la propaganda nazi. Ello le sirve para abordar una de las ideologías más perniciosas de la historia del siglo XX: el *fascismo*, una palabra que hoy regalamos con demasiada facilidad para designar todo aquello que se opone a nuestras ideas. En su análisis de la cinta de Riefenstahl, Huici define a esta como "un *Mein Kampf* audiovisual". En el capítulo diez regresamos a las series de TV, en concreto a una de las series de mayor éxito en los últimos tiempos que puede verse en Netflix: *House of Cards* (Willimon, 2013), analizada desde el *feminismo* por Marina Ramos y Gema Macías-Muñoz. Han sido varias las controversias que han rodeado a esta serie, más aún con el escándalo destapado no hace mucho alrededor de Kevin Spacey y su presunta sexualidad voraz. En la segunda temporada, el personaje de Claire Underwood confiesa que abortó tras haber quedado encinta como consecuencia de una violación. Ello desató toda una discusión en la red que llevó a algunos analistas a examinar los estereotipos de mujeres que aparecen en la serie. Huici vuelve a la carga en el capítulo once, esta vez para hablar del *ecologismo* a partir de *La selva esmeralda* (1985), dirigida por John Boorman. "De todas las ideologías que componen el espectro político de la actualidad, es posible que el *ecologismo* sea la que más problemas plantee" (309), advierte Huici. La razón es clara: es un fenómeno relativamente nuevo, desde luego comparado con los anteriores *ismos* tratados en el volumen. Sin embargo, ya nadie duda –a pesar de Trump, cabría añadir con inquietud– de que un gobierno "progresista" debe ser no solo feminista sino, además, *ecologista* (las comillas de "progresista" indican la dosis de ironía necesaria, no por hacer chanza del *feminismo* o el *ecologismo*, más bien como crítica a quienes juegan al "postureo" desde ellos). Con razón Simon L. Lewis y Mark A. Maslin señalan que vivimos en la era del Antropoceno –y no del Holoceno, como está estipulado–, en la que el *Homo Sapiens* se erige en el actor principal de la ecología global ("Defining the Anthropocene", *Nature* n° 519, 2015). Finalmente, el capítulo doce, a cargo de Cristina Algaba, trabaja el *fundamentalismo* religioso a partir del caso de "El niño predicador", surgido en los EE. UU. en los años 90 del pasado siglo. Este hecho concreto, que tiene como protagonista a un niño peruano llamado Nezaireth Casti Rey Castillo, sirve a la autora para hablar del fenómeno de los "niños predicadores" en Latinoamérica y la expansión de la Iglesia evangélica en este vasto territorio. Sobra señalar que estos niños predicadores, como es el caso objeto de estudio, se valen de las herramientas poderosísimas que brinda hoy Internet, de manera que sus prédicas son lanzadas a través de vídeos en YouTube.

A tenor de este último capítulo, que conecta con el uso que hacemos hoy de las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat...), hubiese resultado interesante –tal vez en la introducción, o, más propiamente, en el capítulo primero en que se aborda la cultura de masas– dedicar un espacio a la transformación que ha experimentado en nuestros días el concepto de *hombre-masa* con el cambio de paradigma sociocultural, que en el tiempo presente nos ubica, por vía de la revolución tecnológica, en el entorno virtual y, más en concreto, en el espacio tan fascinante como controvertido de los *social media*. Ello afecta, sobre todo, aunque no solo, a las nuevas generaciones, cuyos hábitos de consumo cultural distan mucho de los de quienes hemos nacido en los años 60, 70 u 80. Como ha estudiado Byung-Chul Han en su breve ensayo *En el enjambre* (2013), la *masa*, en tanto que ente sociológico, ha ido transformándose vertiginosamente en estas dos últimas décadas hasta derivar en el actual *homo digitalis*. En opinión del filósofo surcoreano, esta nueva colectividad congregada en las redes sociales inaugura una "multitud sin alma" que es necesario definir para su conocimiento.

*Ideologías políticas en la cultura de masas*, publicado en una editorial de primer nivel como es Tecnos, es un trabajo de gran calado intelectual, presidido por el rigor académico propio del ámbito universitario y dotado de una amplitud de miras en beneficio de la pluralidad de puntos de vista. Debemos agradecer

aportaciones de este tipo, que resultan muy oportunas a tenor de los acontecimientos que estamos viviendo en estos últimos años, del todo preocupantes respecto al futuro que se dibuja y que nos espera a la vuelta de la esquina. Las jóvenes generaciones que arriban a la universidad, con su desdén por la historia, no ya la antigua o moderna, sino, peor aún, la inmediata, se ven incapaces de establecer ciertos anclajes entre el pasado y el presente. Un libro como este, que combina los fundamentos teóricos con el análisis crítico, puede ser de gran utilidad para intuir por dónde nos lleva esta senda incierta que, colectivamente, hemos decidido emprender con cierta conformidad. Con suerte, aún estamos a tiempo de corregir el rumbo.



