

Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis

Marcelo Norbeto Botto

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4851>

Cita sugerida: Botto, M. (2018). Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis. *Question*, 1(60), e094.

doi:<https://doi.org/10.24215/16696581e094>

Recibido: 16-07-2018 Aceptado: 19-09-2018

Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis

Edgar Morin. The mass culture as an object of analysis

Marcelo Norbeto Botto marcelobotto@yahoo.com.ar

<http://orcid.org/0000-0003-3693-7068>

Universidad Argentina de la Empresa (Argentina)

Resumen

El pensador francés Edgar Morin en el inicio de su recorrido como científico social estudió en una primera etapa a los medios masivos de comunicación como elementos esenciales de la sociedad industrial. Posteriormente, el análisis se fue complejizando hasta el punto de brindar una profunda explicación sobre las manifestaciones derivadas de ese tipo de sociedad industrial: la cultura de masas. La síntesis de ese recorrido intelectual está plasmada en su libro *El espíritu del tiempo*, tan poco abordado a pesar de su valioso aporte. Este artículo rescata los rasgos esenciales que Morin traza sobre la cultura de masas, lo que permite tener elementos para comprender la sociedad desde mediados del siglo XX hasta la actualidad.

Palabras clave: Morin; cultura de masas; sociedad de masas; medios masivos de comunicación; modelo burocrático; sincretismo.



Abstract

The French thinker Edgar Morin, in the beginning of his journey as a social scientist, studied in a first stage the mass media as an essential element of industrial society. Later, he gave a thorough explanation of the manifestations derived from that kind of industrial society: mass culture. The synthesis of this intellectual journey is captured in his book *The spirit of the time*, so little discussed despite their valuable contribution. This article rescues the essential features that Morin draws on mass culture, which allows insights into society since the mid- twentieth century to the present.

Keywords: Morin; mass Culture; mass society; mass media; bureaucratic model; syncretism.

Edgar Morin se interesó por estudiar a los medios masivos de comunicación, en particular el cine, en la etapa inicial de su carrera como científico social. El resultado de su dedicación le permitió efectuar un profundo abordaje sobre las características de las sociedades occidentales de la primera mitad del siglo XX: el incentivo del consumo y las nuevas de formas de ocio, la estructuración de un modelo burocrático de producción que el sistema capitalista introdujo para la elaboración de contenidos en las empresas mediáticas, cuya consecuencia se vio reflejada en el sincretismo como consecuencia de la búsqueda de rentabilidad. Estos factores se constituyen en algunas de las características principales de la cultura de masas que Morin propuso para comprender el impacto de los medios en la conformación de la cultura occidental de la época.

El valor que adquiere el planteo realizado por el pensador francés trasciende el momento histórico en el que se circunscribe su análisis, puesto que contempla factores que pueden ser tomados para explicar rasgos de la sociedad actual atravesada por el impacto generado por el uso social de internet. Este punto realza aún más el aporte de Morin para comprender la relación de los medios de comunicación como herramientas centrales en el funcionamiento de las estructuras sociales.



Una forma de entender la cultura de masas

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial los intentos teóricos por explicar la comunicación de masas fueron una preocupación creciente entre los investigadores académicos estadounidenses que, en su mayoría, abordaron el análisis sobre la estructura y función de la comunicación. Sólo algunos intelectuales como Daniel Bell, Edward Shils y Dwight MacDonnald, trataron la problemática de la cultura de masas. La investigación europea, sin embargo, decidió focalizar sus investigaciones particularmente desde este aspecto, desde los teóricos Max Horkheimer y Theodor Adorno hasta Edgar Morin y Umberto Eco, entre otros.

Precisamente Morin fue uno de los intelectuales que efectuó uno de los análisis más profundos sobre esta temática que quedó plasmado en su libro *El espíritu del tiempo* (1962). El pensador francés, miembro de la resistencia del país galo durante la ocupación nazi y afiliado disidente al Partido Comunista, concibió a la cultura de masas como la cultura del siglo XX, al relacionarla con el progresivo estado de bienestar conseguido por los trabajadores, con el desarrollo de las técnicas y de los medios masivos de comunicación, con el incremento del consumo, con las crecientes posibilidades de ocio y con la promoción de la vida privada.

No obstante, Morin advierte que el término cultura de masas no puede definir apropiadamente esta forma de cultura. A pesar de señalar las limitaciones del concepto no propone otro alternativo y, al aceptar su uso, lo profundiza. Pero antes de hacerlo aclara el método que utiliza para lograr su propósito. Por un lado, plantea que el investigador (como observador de la realidad que indaga) debe estudiarse a sí mismo, debido a que es su propia concepción de cultura la que se pone en juego al iniciar el análisis de un tema tan complejo. Para ello propone el Método de la Autocrítica, debido a que el investigador está obligado a “replantear (sus) esquemas intelectuales a partir de una cultura en verdadera inmersión histórica y sociológica, como la cultura de masas” (Morin, 1966: 27).

Pero también propone el Método de la Totalidad para abordar la tarea de estudiar la realidad mediante la interrelación de los fenómenos económicos, sociales, psicológicos, culturales, religiosos, mitológicos, entre otros, para evitar aislar una parte del objeto estudiado. Este método contiene al autocrítico, porque también incluye al observador que forma parte del sistema de interrelaciones.

Sin dar mayores explicaciones en cuanto al método utilizado en sus investigaciones hasta comienzos de la década de 1960, Morin reconoce que en su pensamiento influyó la manera en que Karl Marx quería engarzar las ciencias, como la economía, la historia, el conocimiento de las sociedades primitivas e incluso la biología y la política.



Otra de las influencias que recibe es de los teóricos asociados a la denominada Escuela de Frankfurt, en particular, las metodologías de trabajos de investigación interdisciplinarios a través de las que se desarrollaron estudios desde la cooperación de la filosofía de la historia, la economía política, la psicología freudiana y la teoría de la cultura, cuyo punto de encuentro eran los planteos de Marx.

No obstante, su llegada en 1969 al instituto californiano de Biología Salk, al ser invitado para reflexionar sobre las relaciones entre las ciencias humanas y las ciencias exactas, provoca un cambio radical en su pensamiento.

Conoce a Gregory Bateson y sus concepciones sobre la Teoría de Sistemas de la Auto-organización, conocimiento que complementa con el estudio de las transformaciones en la biología, lo que lo lleva a descubrir tipos de pensamientos que desconocía.

Morin, en un fragmento de la película que el cineasta Jeanne Mascolo de Filippis (2007) hizo sobre la vida del intelectual francés, sostuvo que en esa etapa experimentó un renacimiento como pensador debido a que entendió la manera de interrelacionar fenómenos e integrar conocimientos disciplinarios para comprender la realidad mediante una visión compleja, lo que significó el punto de partida del trabajo que llamó *El Método*, compuesto por seis tomos redactados a lo largo de treinta años.

A partir de ese momento, posterior a la etapa en la que aborda el análisis de la cultura de masas, propone el entrecruzamiento disciplinario para estudiar los diversos fenómenos de la realidad a través de un método que lo llevó a desarrollar el concepto de “pensamiento complejo”, que además se transformó en su rasgo diferenciador como científico social.

Morin, al postular la Teoría del Pensamiento Complejo, propone la idea de que un fenómeno puede ser analizado, comprendido y explicado desde todas las perspectivas posibles y desde las más diversas áreas del conocimiento mediante el “entendimiento transdisciplinario”, lo que evita reducir el problema a una cuestión exclusiva de una ciencia determinada. Esta forma de escudriñar la realidad plantea desafíos tanto en la esfera del conocimiento científico como en la esfera cultural, educativa, política y humana.

El filósofo Manuel Feliú Giorello explica el concepto de complejidad urdido por Morin de esta manera:

El estudio de la Complejidad, noción que surge en los años sesenta y que busca la comprensión del mundo fenoménico a través de una integración de sus eventos pues concibe la realidad como un tejido de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados donde encontramos presente la paradoja de lo uno y lo múltiple. La complejidad intenta abordar las relaciones entre lo empírico, lo lógico y lo racional oponiéndose al



esquema clásico de las ciencias, separadas en especializaciones, y proponiendo a su vez una visión integradora y multidimensional que a través de un trabajo transdisciplinario de cuenta de la complejidad de lo real (2003: 1).

El tiempo de la cultura de masas

Morin sostiene que el investigador tiene que ser un observador partícipe del objeto de su observación para poder comprenderlo. En tal sentido, para estudiar la cultura de masas será necesario disfrutar de una película en el cine, seguir los partidos de fútbol en la televisión, cantar las canciones de moda e identificarse con la gente en las fiestas populares (Morin, 1966: 28).

Esta postura lo diferencia de los teóricos críticos como los alemanes Max Horkheimer y Theodor Adorno que propusieron el concepto de industria cultural al rechazar la concepción proveniente de la sociología estadounidense proclive a denominar a la cultura de masas como la que surge espontáneamente de las masas populares.

Si bien Morin analiza la influencia de la industria cultural desde una mirada frankfurtiana, no reniega del concepto de cultura de masas para tomarlo como objeto de análisis desde una perspectiva que se aleja del negativismo que impregnaba a los filósofos alemanes.

Esta postura puede explicarse desde su profunda admiración por el cine, puesto que lo concibe desde su experiencia generacional como “consecuencia de un contexto geográfico, de vida en el barrio y de la propia recepción en una sala oscura que producía una experiencia de fascinación” (Saperas, 2001: 76).

Por lo tanto, la apertura al disfrute de producciones comerciales lo aleja conceptualmente de la visión extrema planteada desde la Escuela de Frankfurt y lo coloca en un lugar intermedio entre aquella corriente y la expresada por la sociología estadounidense.

El libro *El espíritu del tiempo*, que publica en 1962, se presenta como una síntesis de un recorrido que inició con *El cine o el hombre imaginario* (1956), y que continuó con *Las estrellas de cine* (1957) y con los textos publicados en la revista *Communication*, del Centro de Estudios de la Comunicación de Masas (CECMAS) –de la que fue coeditor junto a Roland Barthes- lo que contribuyó a forjar su visión sobre la cultura de masas y los medios de comunicación.

Es en el marco del CECMAS en el que Morin trata de entender y explicar la cultura de masas. Para ello, parte de una concepción antropológica de cultura, entendida como aquello que:



Orienta, desarrolla y domestica ciertas virtualidades humanas y prohíbe u olvida otras. Existen hechos culturales universales, como la prohibición del incesto, pero las reglas y modalidades de esta prohibición se diferencian según las diversas culturas. Dicho de otra forma, hay por una parte una 'cultura' que define, en relación a la naturaleza, las cualidades propiamente humanas de ese ser biológico llamado hombre, y por otra parte, culturas particulares según las épocas y las sociedades (Morín, 1966: 21).

Por otra parte, señala que toda cultura está compuesta por una serie de normas, símbolos, mitos e imágenes que inciden en los integrantes de una sociedad en un tiempo histórico determinado. Desde esta mirada, sostiene que estas características forman parte de la esencia de todo tipo de cultura. De esta forma, una cultura proporciona puntos de apoyo imaginarios a la vida práctica y puntos de apoyo prácticos a la vida imaginaria.

Para ejemplificarlo Morin explica algunos sistemas de cultura: la cultura religiosa, la cultura nacional y la cultura humanista a través de los elementos que las definen.

La cultura nacional, desde el tiempo de la escuela, nos sumerge en las experiencias mítico-vividas del pasado, ligándonos por una relación de identificación y proyección con los héroes de la patria, los cuales se identifican ellos mismos a ese gran cuerpo invisible pero viviente, que a través de siglos de batallas y victorias, cobra figura maternal (la Madre Patria, a la cual se debe amor) y la figura paternal (el Estado, al cual se debe obediencia) (1966: 21).

En tanto, sostiene que la cultura religiosa surge en la identificación de sus fieles con el dios que salva y con la gran comunidad materno-paternal que es la Iglesia. La cultura humanista, en tanto, provee a los individuos a través de sus propias creaciones intelectuales, como las obras literarias y teatrales entre otras manifestaciones culturales, de un saber y una sensibilidad que conforma un sistema de actitudes afectivas e intelectuales "donde los héroes del teatro y de la novela, las efusiones subjetivas de los poetas y las reflexiones de los moralistas desempeñan de forma atenuada el papel de los héroes de las antiguas mitologías y de los sabios de las antiguas sociedades" (Morin, 1966: 21-22).

La cultura de masas, por su parte, es considerada por Morin como una verdadera cultura debido a que está constituida por mitos, símbolos e imágenes referidas a la vida práctica e imaginaria, que inciden en los individuos, estructuran sus instintos y orientan sus emociones.

No se puede decir que sea la única cultura del siglo XX, pero sí que es la corriente cultural más masiva y nueva de nuestro siglo (XX). Nacida en los Estados Unidos se ha aclimatado



Marcelo Norberto Botto. Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis

ya a Europa Occidental, aunque algunos de sus elementos se extiendan por todo el globo. Es cosmopolita por vocación y planetaria por extensión. Nos plantea los problemas de la primera cultura universal que ha existido en la historia de la humanidad (Morin, 1966: 23).

El autor francés ve a la cultura de masas como una heredera y continuadora de la cultura de las sociedades occidentales, pero a diferencia de las formas de cultura que la precedieron, se caracteriza por integrar los contenidos de la corriente popular y de la corriente burguesa y transformarlos en algo nuevo.

Una de las características esenciales que Morin le otorga a la cultura de masas es que no viene impuesta por las instituciones sociales, sino por el mercado.

Este es un rasgo que la diferencia de las otras formas de cultura que se caracterizan por tener un carácter normativo: “están impuestas pedagógica o autoritariamente (en la escuela, en el catecismo o en el cuartel) bajo forma de órdenes expresas o prohibiciones” (Morin, 1966: 58).

Otra característica que diferencia a la cultura de masas de las anteriores, es que el surgimiento de los medios de comunicación y la universalidad que proponen a través de la circulación de los contenidos, la convierte en omnipresente.

La cultura de masas penetra en todos los rincones de la vida diaria a través de los medios de comunicación y sus contenidos, además tiende a dirigirse a un público indeterminado, no tiene unas raíces concretas, sino una implantación técnico-burocrática. Se impone desplazando antiguas tradiciones para instalar las propias.

El intelectual francés afirma que la cultura de masas es la que predomina en el siglo XX pero que no es la única, porque percibe una característica que define a las sociedades modernas: la policulturalidad.

Diversas clases de vivencias culturales actúan en nuestro tiempo: la religión (o las religiones), el Estado nacional y la tradición humanista enfrentan o conjugan sus morales, sus mitos y sus modelos en el seno de la enseñanza y fuera de ella. A estas diferentes culturas es necesario añadir la cultura de masas” (Morin, 1966: 22).

Por lo tanto, la cultura de masas puede absorber aspectos de la cultura nacional, religiosa y humanista y, a su vez, éstas pueden ser influenciadas por el tipo de cultura que el autor galo señala como la cultura característica del siglo XX.

El surgimiento de la cultura de masas



Morin considera que la cultura de masas surgió y se fortaleció en los Estados Unidos a partir de los años treinta, en el marco del desarrollo técnico, industrial y capitalista impulsado por la joven potencia.

El cine, como máquina industrial capaz de fabricar un producto seriado, en esa etapa inicial fue el medio que se transformó en el primer canalizador de sueños colectivos a través de lo imaginario:

Este nuevo medio posibilitó el ingreso en el reino de lo imaginario cuando las aspiraciones, los deseos, y sus negativos, los temores y terrores, llevan y modelan la imagen para ordenar según su lógica los sueños, mitos, religiones, creencias, literaturas, concretamente todas las ficciones (Morín, 2001: 73).

El autor francés asegura que después de la Segunda Guerra mundial el desarrollo de medios técnicos como el cine, las rotativas, la radio, la televisión, entre otros, promovieron otro tipo de industrialización -principalmente a partir de la década de 1950- que Morin califica como la “industrialización del espíritu”, por la utilización que desde el capitalismo se hizo de las mercancías culturales.

Los medios masivos de comunicación, a partir de entonces, adquieren una creciente importancia como canalizadores privilegiados de una cultura que incide decisivamente en la cosmovisión de los pueblos de occidente.

Además, la vida en sociedad se transforma hacia mediados de la centuria, debido a que se marca el inicio de formas de consumo similares a las actuales.

De esta manera, las crecientes mejoras laborales adquiridas por los trabajadores a través de los convenios colectivos de trabajo, los seguros sociales, las jubilaciones, entre otros aspectos, modificaron paulatinamente las condiciones de vida de amplios sectores sociales, que sumado “al efecto de las técnicas, la elevación de las posibilidades de consumo y la promoción de la vida privada” impulsaron también el desarrollo del ocio (Morín, 1966: 109).

Morin percibe que estos factores permitieron que amplios sectores de las sociedades de occidente dejaran de lado las preocupaciones ligadas a lo laboral, por lo que “la savia de la vida encuentra una nueva vitalidad fuera del trabajo, y los contenidos vividos van a refugiarse en el ocio, para acentuar aún más el movimiento general hacia la vida privada” (Morín, 1966: 109).

Por lo tanto, la cultura de masas es promotora de un tipo de hombre que aspira a una vida mejor, el que busca su felicidad personal a través de nuevos valores. Es por esto que Morin



afirma que “la cultura de masas es a-nacional, a-estatal y anti-acumulativa. Sus contenidos esenciales se refieren a necesidades privadas (felicidad–amor), imaginarias (aventuras, libertad) o materiales (bienestar). Y esto es, precisamente, lo que le otorga su ‘tremenda fuerza’” (Morin, 1966: 195).

El gran cambio que se produce en las sociedades occidentales, entonces, es que la cultura de masas se constituye en función de las nuevas necesidades individuales que surgen.

De este modo, Morin ve un nuevo tipo de cultura que emerge y se consolida con el afianzamiento de los medios técnicos, pero principalmente, con el desarrollo de los medios masivos de comunicación. El intelectual francés denomina cultura de masas a la cultura característica del siglo XX puesto que evoca a la televisión, la radio, el cine, los cómic, la prensa, pero también las vacaciones, el turismo y el ocio como un rasgo propio de la centuria.

De acuerdo a lo expuesto, Morin define a la de cultura de masas, como aquella modelada por: “normas masivas de fabricación industrial, extendida por técnicas de difusión masiva, dirigida a una masa social, es decir, a una gigantesca aglomeración de individuos seleccionados sin tener en cuenta las estructuras internas de la sociedad (clases, familia, etc.)” (1966: 20).

Para determinar la manera en que las exigencias industriales inciden en los contenidos culturales, Morin señala y desarrolla dos características distintivas de la cultura de masas: el modelo burocrático, producción-creación y el sincretismo.

El modelo burocrático: producción-creación

Moragas (2013: 143) sostiene que el concepto de industrialización es clave en la concepción de Morin para entender la cultura de masas debido a las consecuencias que provoca al imponer una organización en los contenidos culturales.

Morin estudia esta relación a través del análisis del sistema de medios masivos. Hacia fines de los años cincuenta estas indagaciones no soslayaban las economías capitalistas, cuyo abanderado era Estados Unidos, como tampoco las economías de tinte comunista, representadas por la Unión Soviética. Por lo tanto, resulta lógico que Morin las haya contemplado en su estudio si su pretensión era aportar fundamentos sólidos en cuanto a la universalidad de la cultura de masas.

El autor francés sostiene que en las economías capitalistas los grandes grupos mediáticos (un diario, una estación de radio y de televisión) dominan las comunicaciones de masas, al igual que el Estado en las economías comunistas, pero a pesar de las diferencias existentes en



cuanto a los contenidos culturales, en ambos casos se aplica un modelo común de producción: el modelo burocrático industrial con el objetivo de alcanzar al máximo público posible.

No obstante, aclara que su objeto de estudio son los procesos culturales desarrollados bajo el impulso del capitalismo privado, o cultura de masas, término que utiliza para analizar “la cultura industrial dominante en occidente” (Morín, 1966: 32).

El sistema privado, como lo denomina Morin, busca “gustar” al consumidor, entretener para cumplir con una premisa fundamental: el éxito económico. “Todo sistema industrial, aparte de la búsqueda de lucro, tiende al crecimiento, y toda producción masiva destinada a ser consumida tiene su propia lógica: la lógica del máximo consumo” (Ibídem: 45).

Esta lógica es la que domina la producción cultural por lo que impactará decididamente en el plano de los contenidos para la obtención de las metas impuestas por el sistema industrial.

Morin pone como ejemplo al cine para dar cuenta del sistema de creación industrializado:

El cine, gran arte nuevo y arte industrial típico, ha instituido una rigurosa división del trabajo análoga a la que se produce en una fábrica desde la entrada de la materia en estado bruto hasta la salida del producto acabado; la materia prima de la película es el guión o la novela que es necesario adaptar; la cadena empieza con los adaptadores, los guionistas, los dialoguistas e incluso, a veces, especialistas en ‘gags’ o ‘toques humanos’; más tarde interviene el director al mismo tiempo que el decorador, el operador y el ingeniero de sonido; y por fin el músico y el montador terminan la obra colectiva. Ciertamente, el director es considerado como autor de la película, pero esta es el producto de una creación concebida según unas normas de producción totalmente especializadas (1966: 39).

Este proceso colectivo narrado por Morin es uno de los aspectos de la racionalización del sistema cultural industrial, que empieza con la fabricación de los productos y continúa con la planificación, producción y distribución.

El paso siguiente lo constituye la estandarización que le impone al producto cultural moldes rígidos que limita la creatividad, como la duración promedio de las películas, la extensión y cantidad de bloques en los programas de radio y de televisión, los tipos de artículos en los diarios, las temáticas abordadas en las novelas, entre muchos otros aspectos.

El tono imperativo de la frase “la concentración técnico-burocrática es la determinante universal que pesa sobre la producción cultural de masa” no deja lugar a explicaciones alternativas, puesto que se inscribe en la tendencia a la despersonalización de la creación y la organización racional de la producción sobre la invención (Ibídem: 33).



Sin embargo, el distanciamiento de toda postura rígida que adopta Morin le permite plantear un marco de excepcionalidad.

A pesar que la industria de los medios imponga modelos para la producción de contenidos culturales con la finalidad de minimizar los riesgos económicos y maximizar las ganancias “esta tendencia exigida por el sistema industrial, choca con una exigencia radicalmente contraria, surgida de la naturaleza misma del consumo cultural, que reclama siempre un producto individualizado y absolutamente nuevo” (Morin y Adorno, 1967: 29).

En este punto Morin plantea y propone un rasgo que se transforma en un componente esencial de la cultura de masas: la convivencia permanente entre las necesidades de las estructuras burocratizadas-estandarizadas y la originalidad de los productos y de los contenidos culturales. El autor francés lo sintetiza con esta frase: “su funcionamiento mismo opera a partir de estas dos duplas antéticas: burocracia-invencción, estándar-individualidad” (Ibídem: 30).

La implantación de modelos y fórmulas para la aceptación general son esenciales para la industria de los medios para producir contenidos a costos que les permitan obtener rentabilidad. Los géneros cinematográficos, televisivos y periodísticos se enmarcan en esa necesidad.

En determinado momento hace falta más, hace falta la invención. Es por esto que la producción no alcanza a ahogar la creación, que la burocracia es obligada a buscar la invención, que el estándar se detiene para ser completado por la individualización.

De donde este principio fundamental: la creación cultural no puede ser totalmente integrada en un sistema de producción industrial (Ibídem: 31).

Pero a Morin le interesa analizar particularmente la relación estandarización-creación en el cine, o como el mismo lo llama “la industria de lo imaginario”, en el que también se da este proceso contradictorio al tener que elaborar a partir de algunos estándares (intriga amorosa, final feliz, entre otros) películas fuertemente individualizadas.

Morin se atreve a explicar la organización burocrático-industrial de la cultura.

Esta paradoja es tal, que uno puede preguntarse cómo es posible una organización burocrático-industrial de la cultura. Esta posibilidad reside sin duda en la estructura misma de lo imaginario. Lo imaginario se estructura según arquetipos: existen unos modelos-patrones del espíritu que ordenan y clasifican los sueños y especialmente los sueños racionalizados que vienen a ser los temas novelescos y míticos. Reglas, convencionalismos



y géneros artísticos imponen a las obras culturales su estructura exterior, mientras que situaciones-tipo y personajes-tipo les proporcionan su estructura interna (1966: 34-35).

Por lo tanto, la reducción de arquetipos a estereotipos le permitirá a la industria de los medios elaborar producciones en serie a partir de ciertos modelos racionalizados. Las novelas de Corin Tellado –a partir de la segunda mitad de la década de 1940- y los libros de Wilbur Smith, en la actualidad, pueden ser uno de los tantos ejemplos.

Para Morin el cine es un caso particular, puesto que cada película debe encontrar su público e intentar una síntesis entre lo estándar y lo original: “lo estándar se beneficia del éxito pasado y lo original es la clave del nuevo éxito, pero lo conocido implica el riesgo de cansar y lo nuevo de no gustar” (Morin, 1966: 37).

Por eso el autor francés sostiene que el cine busca “la vedette o estrella” que se convierte en el reaseguro del cine (y de la cultura de masas) porque une el arquetipo con lo individual.

Pero además el cine creó el *Star system*, y con ello inventó al personaje/estrella que se constituye en el sostén de la industria cinematográfica. Para Morin el *star system* es sinónimo de capitalismo industrial, comercial y financiero, por lo tanto, es una fábrica de estrellas que se distinguen por ser bellas, únicas e inalcanzables.

La estrella es dios. El público la hace tal. Pero el star system la prepara, la dispone, la acostumbra, la ofrece, la fabrica. La estrella responde a una necesidad afectiva o mítica que el star system no crea. Pero sin el star system dicha necesidad no encontraría sus formas, sus soportes, sus afrodisíacos (Morin, 1964: 159).

La relación invención-estandarización no se da siempre de la misma manera y dependerá de factores sociales, de cada producción en particular y de los contenidos. Pero esta contradicción es la fuerza vital de la cultura de masas, porque es un mecanismo de adaptación al público y del público a ella.

En el caso del periodismo, el autor francés indica que la relación invención-estandarización se da en términos diferentes, debido a que la prensa no tiene que inventar la información, sino detectarla y adaptarla a los mecanismos o fórmulas estandarizadas para hacerla circular.



El sincretismo

Para satisfacer la lógica del máximo consumo la industria de los medios y los productores de contenidos tienden a dirigirse a un público universal.

Morin explica que la indagación de este público variado requiere variedad de información en el contenido periodístico y en las películas diversidad de situaciones a pesar del género del filme con la intención de satisfacer todos los gustos, por lo que “la búsqueda de un gran público implica la búsqueda de un denominador común” (1966: 45).

Aunque para el autor francés la variedad que se ofrece es sistematizada y homogeneizada puesto que pretende que el público pueda interpretar el mensaje inmediatamente. Ese público recibe el calificativo de hombre medio ideal por parte de Morin, que es el mismo que mentalmente se forman los productores de una película al hablar de “mi público”, que en realidad surge de un promedio de las ventas obtenidas por el filme.

Morin propone el término sincretismo para traducir “la tendencia a homogeneizar toda una diversidad de contenidos bajo un denominador común” (Ibidem: 46).

El cine, para el autor galo, tiende al sincretismo porque contenidos por los grandes géneros aborda de manera homogeneizada múltiples temas. De tal manera, en una película de aventuras habrá amor y comicidad, en una película cómica habrá amor y aventuras, pero sin romper las reglas del género del filme. Y al mismo tiempo esos temas se expresan a través de un lenguaje homogeneizado. Esta fórmula se replica en todos los medios de comunicación masivos.

Además, el sincretismo tiende a unificar dos sectores de la cultura industrial: el de la información y el de lo imaginario o de la ficción.

En el sector de la información priman los acontecimientos, lo que para Morin está compuesto por los aspectos de la realidad en donde lo inesperado, lo extraño, el asesinato, el accidente y la aventura irrumpe en la vida cotidiana. Un ejemplo de ello son los noticieros televisivos. Morin lo dirá de esta manera: “todo lo que en la vida real se parece a la novela o al sueño goza de privilegio” (1966: 47).

Por el contrario, en el sector de lo imaginario predomina el realismo al estar constituido por intrigas novelescas que tienen apariencia de realidad.

El sincretismo se constituye para Morin en un rasgo importante de la cultura de masas, porque está contaminada por esta ambivalencia. “Este prodigioso y supremo sincretismo entra en el campo de la búsqueda del máximo consumo y proporciona a la cultura de masas una de sus características fundamentales” (Ídem).



No obstante, Morin rastrea el origen sincrético de los temas destinados a fomentar la imaginación del público que apuntan básicamente a los sentimientos, y lo sitúa a principios de la década de 1930, a partir de la correlación que el cine estadounidense establece entre la corriente realista, el héroe simpático y el final feliz.

La irrupción del *happy end* supone una verdadera revolución en el campo de lo imaginario. La idea de felicidad se convierte en el núcleo esencial de las nuevas formas de imaginación. Correlativamente, el *happy end* supone una ligazón de intensiva identificación con el héroe. Al mismo tiempo que los héroes se acercan a la realidad cotidiana para sumergirse en ella e imponerle sus problemas psicológicos, dejan de ser los oficiantes de un misterio sagrado para convertirse en los alter ego del espectador. El lazo sentimental que liga al espectador con el héroe es tal que, en este nuevo clima de simpatía, realismo y psicologismo, el espectador no puede soportar que su alter ego sea inmolado. Al contrario, espera el éxito o el triunfo de su héroe, es decir, espera una prueba de que la felicidad es posible (Morin, 1966: 115).

Morin señala que el final feliz es un recurso necesario para la industria de los medios, debido a que el esfuerzo realizado para la obtención de la rentabilidad del producto mediático necesita un *happy end*.

Es en esa época cuando el imaginario entra violentamente dentro de los medios masivos y se constituye, entonces, una prensa periódica exclusivamente dedicada a los temas amorosos y policiales. El cine, por su parte, se convierte en espectáculo y se dedica principalmente a las películas de ficción. Más tarde, la radio, seguida por la televisión, empieza a ser el gran vehículo de las canciones y de los juegos alternando lo informativo con lo imaginario.

Morin asegura que la cultura de masas se desborda de lo imaginario y pasa a la información, puesto que los temas centrales de las ficciones como la aventura, la hazaña, el amor y la vida privada adquieren también cada vez mayor relevancia en el ámbito de la información.

También la política entra parcialmente en el campo de la cultura de masas, especialmente en los Estados Unidos: la batalla electoral adopta cada vez más la forma de una competición televisada, en la cual las cualidades simpáticas del candidato, su rostro, y la sonrisa o la belleza de su mujer se convierten en importantes bazas políticas. La cultura de masas integra en ella a los grandes hombres políticos, no tanto para exaltar sus cualidades supremas de jefe (cosa propia de la propaganda política), como para revelar sus cualidades humanas de padre o esposo, sus gustos privados y su intimidad (Morin, 1966: 123).



La cultura de masas, por lo tanto, tiende a despolitizar al relegar los temas políticos y permanecer indiferente ante ellos y vedetiza a los candidatos y funcionarios al otorgarles dimensiones propias de la familiaridad privada. Esto se da particularmente en el sector del periodismo que selecciona situaciones cargadas de intensidad afectiva vinculadas con los personajes significativos socialmente que son vedetizados a partir de situaciones clave. En tal sentido, los sucesos son privilegiados cuando tienen rasgos de mayor atractivo o rondan lo espectacular, como mecánica de identificación con el espectador, al igual que ocurre con lo novelesco en la ficción.

Además, a través de lo imaginario, de la información novelada y vedetizada, de la publicidad y de la televisión la cultura de masas desarrolla los temas de la libertad, de la felicidad personal y del amor, como temáticas privilegiadas.

Pero además –señala Morin- la relación que establecen los nuevos consumidores con los medios se manifiesta en otros aspectos. La libertad que le falta a la vida del público se despliega en las pantallas de la TV o en los diversos soportes en los que se manifiestan las producciones mediáticas. El hombre cotidiano que respeta la ley y las normas sociales “se libera proyectivamente en la imagen de aquel que se atreve a matar, que se atreve a obedecer a su propia violencia” (Morin, 1966: 139).

Las novelas son un ejemplo claro de esta situación: los protagonistas sistemáticamente comparten sus vidas con personas que no aman y que son representadas como malvadas en el marco de la trama. Eso se transforma en un justificativo para que sean infieles e inicien una relación con la persona que, al finalizar la telenovela, compartirá su vida. El castigo social por un acto que en la vida real no es abiertamente aceptado no aparece en la ficción.

“La felicidad es mítica en la cultura de masas, es decir, es una proyección imaginaria de arquetipos felices, pero, al mismo tiempo, es una idea-límite, una búsqueda vivida por millones de adeptos” (Ibídem: 153).

El amor es otro elemento temático central para la elaboración del sincretismo puesto que aparece en las más diversas situaciones en todo tipo de géneros. Para Morin se convirtió en el tema obsesivo de la cultura de masas y su universalización hace que sea el gran arquetipo que la domina.

“Este amor cantado, fotografiado, filmado, entrevistado, truncado, revelado y repetido parece natural y evidente. Se debe a que es el tema central de la felicidad moderna” (Ibídem: 160).

El intelectual francés sostiene que así como la felicidad le da sentido a la cultura de masas rechaza poderosamente a la muerte al constituirse en un contrasentido, debido a que la vida individual está inmersa en un progreso constante y no debería tener fin.



También es evidente que toda cultura intenta exorcizar la muerte, ya sea integrando al individuo en un orden que le sobrepase, o prometiéndole un más allá personal. La cultura de masas, que valora solamente el individuo privado e ignora el más allá, no puede más que rechazar, camuflar y euforizar el fondo trágico de la existencia y, naturalmente, la muerte (Morin, 1966: 158).

El consumo cultural y los nuevos consumidores

La cultura de masas es el producto de la dialéctica producción-consumo que se libra dentro de una dialéctica global que es la sociedad en su conjunto, por lo que para Morin el mercado define las condiciones de producción cultural y ésta crea el público de masas.

Al analizar las consecuencias de las relaciones entre la producción cultural y el consumidor, una vez más Morin se aleja de las posturas de la Escuela de Frankfurt y se acerca a las ideas de los sociólogos estadounidenses de la década de 1950 al percibir a los consumidores de las producciones de los medios no como a aquellos a los que se les imponen los contenidos que circulan masivamente, sino que cita investigaciones de Paul Lazarsfeld y de Bernard Berelson que aseguran que los consumidores de los medios oponen cierta resistencia a los mensajes que reciben y que inciden, con el correr el tiempo, en los temas que propone la industria del cine, la prensa, la radio y de la televisión.

Esta capacidad que insinúa Morin que posee tanto la industria de los medios como los consumidores de contenidos para influenciarse mutuamente, revela la relación producción-consumo.

Esta dialéctica es muy compleja ya que, por una parte, lo que se llama público es una resultante económica abstracta de la ley de la oferta y la demanda (es el público medio ideal) y por otra, las coacciones del Estado (censura) y las reglas del sistema industrial capitalista, pesan mucho sobre el carácter mismo de este diálogo (Morin, 1966: 60).

La dualidad estandarización-inventiva marca el signo del nuevo tiempo, puesto que la incidencia entre los sectores industriales y los consumidores es mutua. Sin embargo, la característica sincrética de la cultura de masas incide en el consumo cultural puesto que nivela y homogeniza debido a que busca al más amplio público para lograr el mayor consumo.



Morin sostiene que la cultura de masas se impuso en el siglo XX porque a través de sus instrumentos logró romper con las diferencias de clases y promovió la tendencia a producir una homogeneización de las costumbres. El cine fue el primero que consiguió hacerlo porque convocó desde sus inicios a espectadores de todos los sectores sociales. Lo mismo ocurre con los espectáculos deportivos, con la radio y con la televisión.

Las fronteras culturales son abolidas en el mercado común de los medios masivos, porque es el único campo que une a los diversos sectores sociales, al escuchar y disfrutar una misma canción de un mismo artista a través de la radio o la televisión, o al alentar a un mismo equipo de fútbol (Morin, 1966: 52).

El pensador galo asegura que el acceso de las clases trabajadoras a niveles de consumo -que no se habían dado antes de la década de 1950- inaugura otra etapa de la cultura de masas, puesto que estos nuevos sectores son vistos como nuevos consumidores. Y hacia él se dirige la industria cultural.

En consonancia con la idea de sectores con nuevas capacidades de consumo, Morin percibe al consumo cultural de masas inscripto, en gran parte, en el campo del ocio.

Este espacio para el ocio se entiende no sólo en la organización industrial del trabajo, sino también en el empuje del movimiento sindical, en el marco de la lógica de una economía que, “englobando lentamente a los trabajadores en la órbita de su mercado, se encuentra obligada a proporcionarles no solamente un tiempo de reposo y recuperación, sino también un tiempo de consumo” (Morin, 1966: 83).

El ocio, para Morin, tiene una significación más en este tipo de sociedad, puesto que se transforma en el medio a través del cual el ser humano intenta afirmarse en tanto que individuo privado, puesto que aparece en el tejido propio de la vida personal.

Morin aumenta la apuesta en su consideración hacia el ocio al considerar que la cultura de masas puede ser considerada como una gigantesca cultura del ocio, en el que la diversión se convierte en un fin por sí mismo.

La cultura de masas hace participar al espectador del espectáculo, pero siempre a través de intermediarios: presentadores, periodistas, fotógrafos, operadores de cámaras, actores, estrellas y figuras mediáticas.

Esto va a influir en los contenidos que circulan a través de los medios. Aunque en este punto Morin hace una aclaración: el hombre del ocio no es solamente el hombre televidente, es también el hombre de la vida privada.



Las vacaciones, entonces, se transforman en el tiempo de los placeres. Como señala Morin, la vida en vacaciones se convierte en un gran juego.

El autor francés, al desarrollar la importancia del ocio en la vida moderna, establece correlaciones entre la cultura de masas, el ocio, los valores privados, el juego-espectáculo y las vacaciones, todos rasgos que componen el complejo espectro de la cultura del siglo XX.

Conclusión

El pensador francés propone entender a la cultura de masas como la forma de cultura propia del siglo XX, caracterizada por amalgamar los contenidos derivados de la corriente popular con los de la corriente burguesa y transformarlos en algo nuevo.

La cultura de masas se constituye, pues, en el terreno de las nuevas necesidades individuales que surgen y que le permiten a las clases trabajadoras alcanzar una mejor calidad de vida como consecuencia de las mejoras en los salarios, la expansión del tiempo de ocio y el refugio en la vida privada.

Junto con estos factores los medios masivos de comunicación y el entretenimiento se constituyen en componentes determinantes para la configuración de este nuevo tipo de cultura. La televisión, la radio, el cine, la prensa, los cómics se convirtieron en vehiculizadores de los rasgos esenciales de la cultura industrial debido a su masividad, aunque su modo de organización fue impuesta por el mercado. En tal sentido, Morin concibe a la industrialización como un elemento esencial de la cultura de masas.

El modelo burocrático resume la manera en la que el capitalismo establece las condiciones para el funcionamiento de este tipo de sociedad caracterizada por la relación producción-consumo y en el que el sincretismo se convierte en uno los elementos centrales.

La explicación pormenorizada que Morin elabora de la forma de cultura que caracterizó a la sociedad occidental durante la centuria pasada se transforma en una guía para su comprensión, aunque la profundidad del análisis hace que trascienda su tiempo histórico y aporte elementos que pueden ser recuperados para comprender y explicar algunos aspectos del funcionamiento de la sociedad actual atravesada por el fenómeno de Internet.



Bibliografía

- Feliú Glorelo, M. (mayo de 2003). *Entrevista con Edgar Morin. El Desafío de la Complejidad..* Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo, Santiago de Chile. Recuperado de <http://problematicadelacienciauzinolleros.blogspot.com/2009/03/el-desafio-de-la-complejidad.html>
- Mascolo de Filippis, J. (2007). *Edgar Morin. Un pensador planetario* [Película documental]. Francia: Empreintes.
- Moragas Spá, M. (2013). *Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Morin, E. (1964). *Las estrellas de cine*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA).
- Morin, E. (1966). *El espíritu del tiempo*. Madrid: Ed. Taurus.
- Morin, E. (2001). *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Morin, E. y Adorno, T. (1967). *La industria Cultural*. Buenos Aires: Editorial Galerna.
- Saperas, E. (2012). Entrevista a Edgar Morin. *Quaderns del CAC*, 12, enero-abril, Consell de l'Audiovisual de Catalunya.