

## Estética y semiótica de lo multicultural: la era audiovisual. Competencia: réplica *versus* realidad

José Carlos Escaño González

Todavía quedan algo más de veinte años para que un *Nexus 6* esté en funcionamiento y un *Blade Runner* tenga que cumplir su misión persecutoria bajo el manto oscuro y lluvioso de la noche cosmopolita de Scott. Sin embargo, esta supuesta profecía de ciencia ficción va transformándose con un marcado carácter de factibilidad en una promesa tecnológica del siglo XXI. Sólo hemos de observar que se ha comenzado a dar los primeros pasos —se diría que ya estamos corriendo— hacia la réplica de la realidad, hacia la creación de los mismísimos «replicantes».

El ejemplo cinematográfico de Ridley Scott servirá, aparte de su carácter profético, como presunta metáfora de la sociedad actual y como presentador del objeto de estudio principal: el ámbito audiovisual<sup>1</sup>. La estética del ámbito citado se manifiesta como línea que subraya las palabras *final de milenio*, y como una de las primarias disciplinas en estudiar el trasfondo de los primogénitos replicantes.

El mundo del audiovisual, el cual es algo más que un reflejo cultural propio de una era, ostenta el título de arte simbólico contemporáneo de los ochenta y noventa<sup>2</sup>; comentada expresión artística es capaz de mostrar, con la mayor precisión que actualmente es posible, el discurso ideológico presente de un modo *gráfico*, e *ilustrar* perfectamente la atmósfera teórica del pensamiento de las últimas décadas, sus ambiciones y sus resultados.

### *Estética y paradigma presente.*

El arte de hoy día y, por consiguiente, la estética del final de siglo, en su sentido axiológico —la ciencia de un grupo de valores (lo bello, lo feo, lo ordenado, lo desordenado, lo alusivo, lo expresivo, etc)—, se encuentran claramente «saturados de trabajo». Sin duda la estética tiene una ardua tarea a la hora de poner orden al maremagno de ideas que revolotean por el ámbito artístico. Este mismo «alboroto» se presenta como cualidad contemporánea indiscutible, no sólo del campo del arte, sino que también se extiende como fenómeno sintomático generalizado en plurales disciplinas. Algunos clasifican esta era y sus actividades correspondientes con la etiqueta de *Postmodernidad*. Mike Featherstone, Jean-François Lyotard, Federic Jameson, Jean Baudrillard, Habermas, E. Ann Kaplan, Charles Chenks, Gianni Vattimo, Scott Lash, Steven Connor, Nigel Wheale, Daniel Bell, Andreas Huyssen, Arthur Dantó. Todos ellos son sólo algunos de una larga lista de cientos de teóricos, estetas, sociólogos, filósofos que se apuntan al carro de la

<sup>1</sup> Omar Calabrese, *la era Neobarroca*, Madrid, Editorial Cátedra, 1989.

<sup>2</sup> Manuel Palacio y otros, *Historia del cine. El cine en la era del audiovisual*. Volumen XII, Madrid, Editorial Cátedra, 1995.

*Postmodernidad* y su debate. Hay quien prefiere otros términos —por ejemplo, Omar Calabrese, semiólogo que trabaja codo con codo con Umberto Eco (éste, uno más entre los «postmodernos») en la universidad de Bolonia, califica la presente era como *Neobarroca*—, pero parece ser que es una cuestión de pura cadencia terminológica lingüística, ya que en realidad, y sin duda, analizan los mismos agitados fenómenos de la actualidad: la caída de las grandes «Unidades» suplantadas por las inquietas «pluralidades» presentes (En los ámbitos del pensamiento, del arte, de la política, de la ciencia, etc.), no obstante, gustan de diferir en el nombre adjetivo del marbete.

Featherstone en su artículo: «In Pursuit of the Postmodernism: An Introduction» sostiene que al *postmodernismo* se le han asociado las siguientes facetas: «Colapso de la distinción jerárquica entre alta cultura y la cultura de masas; una promiscuidad estilística en favor del eclecticismo y la mezcla de códigos; parodia, pastiche, ironía, celebración de lo superficial de la cultura; (...) simulación, nihilismo, relativismo, escepticismo, (...)»<sup>3</sup>.

Escribe Calabrese acerca del *neobarroco*: «Consiste en la búsqueda de formas —y en su valoración— en la que asistimos a la pérdida de la integridad, de la globalidad, de la sistematización ordenada a cambio de la inestabilidad, de la polidimensionalidad, de la mudabilidad»<sup>4</sup>.

Es llamativo observar la sinonimia de ambas etiquetas conceptuales que reflejan desorden y desconcierto.

Sea *postmodernidad* o era *neobarroca*, podríamos decir, simplificando para su comprensión básica, y aunando conceptos, que todo lo que presenciamos es el resultado de una crisis radical de los valores que, proclamados en la ilustración constituyeron el horizonte de la modernidad, y una caída de las metanarraciones. Todo ello conformante de una nueva condición humana que percibe la realidad de manera diferente a como hace —ni siquiera treinta— años se percibía<sup>5</sup>.

Esta definición sintética podría corroborarse por los expertos de la década actual, los cuales aún continúan embarcados en la controvertida polémica de la naturaleza real del panorama expuesto, buscando «por qué» que expliquen y solucionen las dudas. Todos estos elementos edifican el paradigma que compete al momento histórico en el que nos ubicamos.

### *Réplicas y realidades.*

La cultura de la *posmodernidad* abarca la era audiovisual, aunque podría ser lícito afirmar que ambos fenómenos se engendran recíprocamente. El mundo televisivo, videográfico, cinematográfico e infográfico se presentan como causa y como producto *posmodernos*, ofreciéndose todos ellos como interesantes campos de estudio y análisis en los que no solamente la técnica, sino la sociología, la antropología, la semiología y la estética tienen mucho que discutir. Dentro del actual despliegue de ideas, un concepto —entre tantos—, susceptible de análisis, y con especial relevancia por su fuerte carga simbólica de

<sup>3</sup> Mike Featherstone, «In the Pursuit of the Postmodernism», *Theory, Culture & Society*, vol.5, (1992), pág.: 203-207.

<sup>4</sup> Véase nota 1. pág.: 12.

<sup>5</sup> Habermas en «La modernidad, un proyecto icompleto», en Hal Foster y otros, *La posmodernidad*, Barcelona, Kairós, 1985./ J.F. Lyotard, *la condición posmoderna*, Madrid, Cátedra, 1984.

actualidad y por la peligrosidad manifiesta en su expansión, es la particular batalla entre *réplica* y *realidad*.

Siguiendo con el ejemplo de Blade Runner... «Se trata de la figura de los 'replicantes' que nacen como robots completamente similares a un original, el hombre, del que mejoran algunas características mecánicas (la fuerza, por ejemplo), pero que después se hacen autónomos del original y, aún más, a él preferibles bajo el aspecto estético y sentimental. En resumen, la oposición se hace entre *autómatas* y *autónomos*»<sup>6</sup>. Si paramos a reflexionar en la idea de los *replicantes* que nos da Omar Calabrese, no hace falta esperar al futuro para poder descubrir hoy la existencia extendida de algunos predecesores de tales *robots* en la cultura del hombre blanco occidental. El discurso fílmico o televisivo se adapta perfectamente a la definición. «Un discurso en suma, que tiende a construir una réplica imaginaria —irrealizada y descorporeizada— del universo real...»<sup>7</sup> Por consiguiente, el mundo audiovisual se manifiesta como universo alternativo a la existente realidad: reemplaza la realidad por imágenes<sup>8</sup>. Con insistencia se ha ido generando esta creencia que actúa subliminalmente, de este modo, uno de los mayores logros de la empresa audiovisual para llegar a este estado de alternativa es haber conseguido establecer un vínculo de confianza entre ese universo sónico e icónico y el hombre, camuflado con un disfraz de aparente amistad. Esto es un elemento imprescindible para que haya algún tipo de creencia: la confianza mutua. Un elemento que puede engendrar esa confianza es algo tan sencillo como la convivencia diaria, el día a día juntos, la cotidianeidad. Este fenómeno arrastra a las capacidades de asombro, de lo novedoso y de respeto por lo extraño a un declive lógico que merma tales capacidades ante la apabullante intrusión de activas efigies y símbolos sonorizados en la intimidad humana. El cine, la televisión —sobre todo ésta— se muestran en la actualidad como un elemento claramente familiar —quién no tiene un aparato televisor (o dos..., o tres) en su hogar—.

¿Qué características mantiene el mundo audiovisual para que se muestre alternativo, y aún más, preferible a la realidad? González Requena da una posible respuesta: «Un universo donde el trabajo (el esfuerzo, el sacrificio) y el cuerpo (la realidad corporal) están excluidos y donde toda dimensión simbólica, todo sistema axiológico tiende a ser vaciado, uno donde los únicos valores reinantes (pero que ya no son en ningún caso valores axiológicos) son el *look* y el *light*, el sexo (visual) y el dinero en su calidad de fetiches universales»<sup>9</sup> Observando que la cultura occidental de hoy día, la cual se encuentra situada y dominada por el marco epistemológico del *pensamiento débil*<sup>10</sup>, sucumbe a la magia estética e hipnótica de las placenteras características del audiovisual; ese atractivo paraíso donde el hombre está exento de cualquier compromiso, y solo dispuesto a sensaciones, mayormente agradables. Con este paradigma se crea un problema consecuente: una competencia creada entre el mundo real y un mundo irreal; dicho con palabras fílmicas: entre el hombre y la máquina.

<sup>6</sup> Véase nota 2, pág. 44.

<sup>7</sup> Jesús González Requena, *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madrid, Editorial Cátedra, pág.: 147.

<sup>8</sup> Véase nota 3.

<sup>9</sup> Véase nota 4, pág. 148.

<sup>10</sup> Gianni Vattimo, *El pensamiento débil*, Madrid, Cátedra, 1990.

### Competencia.

La idea de réplica se basa principalmente en el concepto de 'simulación', de 'simulacro'. El hombre contemporáneo es especialista en crear réplicas, en simular la realidad. Crea modelos, fundamentalmente icónicos, de lo real —signos—, hasta tal punto que comentado simulacro confunde lo real con el modelo; Nigel Wheale expone en su libro *The postmodern arts: «The simulacrum is indistinguishable from the original, all confidence in authenticity and uniqueness of the object has to be abandoned, and what is celebrated is the success of artifice»*<sup>11</sup>. La creación y recreación de signos es continua y se está convirtiendo harta abusiva, avanzando en el concepto-fenómeno de réplica en el más aspecto repetitivo; Umberto Eco hablando sobre la semiótica como aquella ciencia que se encarga de lo referente al signo dirá que «... es, en principio, la disciplina que estudia todo lo que pueda usarse para mentir»<sup>12</sup>. De esta manera, el signo cobra mayor importancia que lo en sí representado, no dejando de ser en ningún momento una falacia de lo real. Aparece entonces lo que Baudrillard llama *hiperrealidad*. «*The hyperreal is the abolition of the real not by violent destruction, but by its assumption, elevation to the strength of the model*»<sup>13</sup>. La mentira de esta hiperrealidad, de esta simulación, entra en un juego competitivo con el hombre. El reino de esta susodicha hiperrealidad engañosa es el terreno descrito de la ficción visual y sonora.

La competición se recoge como carácter típico adosado a la idea de posmodernidad, y en concreto, el juego competitivo señalado anteriormente consiste en llegar más rápido, más alto, más fuerte a la sensibilidad humana, rivalizando la simulación con su modelo. Esta competición olímpica podría plantearse como un absurdo en otro contexto histórico, sin embargo en la era de la imagen dinámica parece un hecho un tanto peligroso. Los coetáneos de la década pasada y la presente adquieren una sensibilidad diferente. Es frecuente que la gente de los noventa ría, lllore, experimente emociones —que al fin y al cabo es lo que se busca como prototipo de *modus vivendi*, agraciada o desgraciadamente— con el mundo televisivo, filmico, y similares, más que con una conversación, una lectura, o con el trabajo. La realidad compite con la irrealidad de los medios audiovisuales. Las sugerentes formas hiperreales de la imagen cinematográfica o televisiva abarcan los sentidos del hombre contemporáneo. La semiótica se encarga de desguazar el sentido estético del nuevo mundo y descubre símbolos y signos que suplantán a la actividad humana, ocasionando una paradoja: el universo alternativo del que hablábamos simula y sustituye constantemente con incesante continuidad —*hablando todo el tiempo, no cesa de hablar para no decir nada*<sup>14</sup>—, con una carencia de clausura, al mundo humano extrayendo de éste lo más atractivo (voluptuosidad efímera) para los propios ojos del mismo hombre contemporáneo, excluyendo lo que *desagrada* a los sentidos (cansancio,

<sup>11</sup> «El simulacro es indistinguible del original, toda confianza en la autenticidad y unicidad del objeto ha de ser abandonada, y lo que se celebra es el éxito del artificio». de Nigel Wheale, *Postmodern arts. An introductory reader*, Londres y Nueva York, Routledge, 1995, pág.: 51.

<sup>12</sup> Umberto Eco, *Tratado de semiótica general*, Barcelona: Lumen, 1977, pág.:31.

<sup>13</sup> «La hiperrealidad es la abolición de lo real no por la destrucción violenta, sino por su asunción, la elevación a la fuerza del modelo». de Jean Baudrillard, *Silent Majorities*, (pág. 83-84) recogido por Steven Connor, *Postmodernist Culture, an introduction to Theories of Contemporary*, Oxford, Basil Blackwell, 1989, pág.:60-61.

<sup>14</sup> Jacques Lacan, *El seminario III: Las Psicosis*, Barcelona, Paidós, pág.182.

mismo hombre contemporáneo, excluyendo lo que *desagrada* a los sentidos (cansancio, dolor, sacrificio), apelando a la sensibilidad inmediata y eludiendo la dificultad natural de la reflexión; por lo tanto, creando una conducta de vida alrededor del deleite estético en su faceta inmediata y más superficialmente emotiva —aquello que Gianni Vattimo describió como el aspecto «gastronómico» de una obra, en este caso de todo un discurso estético<sup>15</sup>—, y una estimulación visual y auditiva en un nivel meramente superfluo de compromiso con el raciocinio. Igualmente, sobresignificando una intimidad —la del hombre— incompatible con el dispositivo espectacular que intenta representarla —actuación *kitsch*—<sup>16</sup>. Así, la competencia se efectúa en ámbitos importantes de la actividad humana, ámbitos que hoy dependen de modo claro de la estimulación emotiva y los cuales han entrado en una dinámica cultural que les supone imposible desligarse del audiovisual; ejemplos como la educación, o como el propio terreno de los sentimientos. Ofreciendo un desleal juego competitivo que en este tipo de contrincante se plantea difícil dada su constitución *infatigable y continua*: la programación de los medios audiovisuales, en su forma y contenido, se extiende omnipresente y prácticamente eterna —con un principio, pero con desconocido final— (haciendo gala de la gran influencia que ejerce sobre la cultura actual).

Finalmente, concluyendo con la iniciática metáfora de R. Scott, y volviendo a su valor profético, se hace comprensible la probable autenticidad, como potencia, de su fílmica hipótesis teórica de los *replicantes* (¿...TV?) en su superación y medra del original modélico y la preferencia de estos a lo real en el aspecto estético, tímico y sentimental.

---

<sup>15</sup> Gianni Vattimo, *El fin de la Modernidad. Nihilismo y Hermenéutica en la cultura posmoderna*, Barcelona, Gedisa, 1995, Pág.53.