

Autor: [Rosa Vera García](#)

LA POSTMODERNIDAD DEL COMPORTAMIENTO HUMANO A TRAVES DE ZELIG

“Quien no está preso de la necesidad, está preso del miedo: unos no duermen por la ansiedad de tener las cosas que no tienen, y otros no duermen por el pánico de perder las cosas que tienen. El mundo al revés nos entrena para ver al prójimo como una amenaza y no como una promesa, nos reduce a la soledad y nos consuela con drogas químicas y con amigos cibernéticos.” (Patatas arriba, la escuela del mundo al revés, 1999)

Todo comienza cuando se abandona el cultivo de uno mismo. Igual que una flor, si no se cultiva se seca. En este caso, **se seca el yo**. Cuando esto sucede aparece el vacío y, por ende, la necesidad de agarrarse a ello. La consiguiente debilidad e inseguridad interior empujan a buscar algo en que sostenerse. Cuando la autoestima tiende a desaparecer en estas circunstancias, aparece con fuerza un complejo de emitir opiniones propias, complejo de inferioridad. Hay en verdad un **nihilismo interior**. El sujeto se encuentra a salvo si se entrega a otros y endosa a esos otros la facultad de decidir, sintiéndose liberado de la responsabilidad que lo abrumba.

El yo se seca y busca su reemplazo a través de varios canales: uno de ellos es la **opinión pública**, hace y dice lo que otros hacen y dicen. Sigue incondicionalmente a la mayoría en sus gustos, hábitos, valores y opiniones, Así se siente apoyado. Varía sus actitudes según van variando las actitudes de los demás. Abdica de su sentimiento a favor de los sentimientos de los demás. La masa lo define. Le resulta inconcebible ir en contra de la corriente. Para **él no existe el pensamiento independiente**.

Otro canal es la entrega al **líder**. Se considera al líder como lleno de atributos, condiciones extraordinarias y facultades excepcionales. Toda persona que renuncia a su yo a favor del líder del momento no se siente humillado con sus órdenes inapelables e infalibles. Cuanto mayor es el número de personas que se adhieren al líder mayor es el sentimiento de confort y razón que sienten. Como muestra, la multitudinaria asamblea hitleriana, que Allen nos enseña en la película.

Estamos frente al **“espíritu del rebaño”**, frente a un auténtico masoquismo moral. Frente al gurú, ya sea un líder o la tiranía anónima denominada “opinión pública”, se abdica de la condición humana. Es posiblemente el espectáculo más triste de una persona al que se puede asistir, de quien se suicida aún existiendo, de quien ocupa un espacio y opta por la vida vegetativa.

Vértices Psicólogos – www.verticespsicologos.com

Avenida Lazarejo, 106 – 28232 Las Rozas de Madrid

Teléfonos: 91 631 44 93 - 690 75 85 35 - Email: info@verticespsicologos.com

© Todos los derechos reservados



El mimetismo de Zelig devora la personalidad que es triturada en este proceso de entrega irracional.

En su película “**Zelig**”, Allen nos presenta a **Leonard Zelig** como un ejemplo de la actitud postmoderna. Un ser con una identidad camaleónica patológica a la búsqueda eterna de la comprensión y aceptación del resto del mundo. Zelig es un personaje que representa la multiplicidad y mutabilidad del cambio. Es un mutador ideológico humano a la manera de un auténtico camaleón.

Zelig es un hombre que se convierte en cualquier persona o cosa que se espere de él, ya sea judío, nazi, negro, etc... todo a condición de no ser nadie. Es una colección de papeles dictados por otros. Se esfuerza tanto en ser como los demás esperan que sea que no es consciente de su gran vacío. Zelig tenía autoconciencia, pero casi no tenía percepción de su propia identidad a causa de la adopción de los roles de las personas con las que se relacionaba en cada momento.

Unicamente, bajo los efectos de la hipnosis, la doctora Eudora Fletcher encontró un rescoldo de identidad propia y una explicación de sí mismo. Es allí donde habla de sus orígenes: una familia de judíos rabínicos. Nos hace una descripción de lo más significativo de su infancia, cuando dice: “... *yo pegaba a mi hermana, mi madre me pegaban a mi y a mi hermana, (...) los vecinos pegaban a mi familia*”, es un claro reflejo de una no integración grupal.

Zelig necesitaba ser querido, protegerse, ser igual que los demás para gustar, o al menos para que no le hicieran daño. Esta es una actitud humana que todos compartimos.

En la película también se nos muestran ejemplos de **comportamientos grupales**: el consumo masificado de todo tipo de productos, el baile del camaleón del que todos disfrutaban, o la adhesión al régimen nazi en la etapa de preguerra de principios del siglo pasado, son algunos ejemplos.

Se retrata una **falta de criterio y de sentido individual**: la manipulación de las masas se plasma cuando va cambiando la opinión sobre Zelig, ya ejemplo a seguir, ya símbolo del conformismo, o del capitalismo, y finalmente como símbolo del valor.

En el momento en el que relata el episodio de la sinagoga, se intenta plasmar el sentido de la vida: el rabino le responde en hebreo a la pregunta de Zelig niño y, como él no sabe hebreo, no puede entender la respuesta a su importante pregunta. El rabino le da la solución económica, 600 \$ y tendrá acceso a ese saber fundamental. **¿Significa esto que el poder económico es lo que puede abrir las puertas a un ser humano al sentido de la vida?**

En otro momento de la película se hace alusión a este mismo tema, cuando muere su padre y le dice que la vida es una pesadilla sin sentido.

Zelig recupera la salud cuando empieza a ser guiado por normas propias, cuando obedece a sus verdaderos instintos y establece sus propios valores.

Vértices Psicólogos – www.verticespsicologos.com

Avenida Lazarejo, 106 – 28232 Las Rozas de Madrid

Teléfonos: 91 631 44 93 - 690 75 85 35 - Email: info@verticespsicologos.com

© Todos los derechos reservados

En la comedia de Allen, se puede ver el diagnóstico que hace de la sociedad postmoderna: los males de la sociedad proceden del relativismo de los valores, siendo su cura la afirmación de los mismos.

Según Allen, así fueron los años 20.

Hoy en día, a pesar de todas nuestras capacidades, nos hemos vuelto completamente **esclavos de lo material, en una absoluta crisis de valores y de sentido de la vida**. Vivimos inmersos en un mudo que nos atrapa en sus hipertrofiados tentáculos tecnológicos.

La conducta adictiva vulnerabiliza a las personas. Adictos a la televisión, los videojuegos, los mensajes, los ordenadores, los móviles, etc... Nos hemos acostumbrado a las parcelaciones y **cosificaciones de la identidad**: simples estadísticas numéricas en los censos y estudios de opinión, pasivos espectadores de la publicidad....

Y, ¿cómo hemos llegado hasta aquí?

Para Berger y Luckmann, la crisis de sentido a que se exponen los individuos de la sociedad moderna deriva, de forma principal, del pluralismo moderno, rasgo consubstancial a estas sociedades. **Este pluralismo se caracteriza por el hecho de que los sistemas de valores y sentido compiten abiertamente entre sí**, con lo que las interpretaciones incuestionadas de la realidad tienden a transformarse en hipótesis. El individuo se ve obligado a escoger una opción, entre muchas alternativas, en un mundo que se ha vuelto incierto y en el que es imposible no admitir que la opción escogida podría haber sido diferente.

El pensamiento moderno, con sus diferentes relatos de realización universal, ha naufragado en el paradigma de la eficiencia, como señaló Lyotard. El pensamiento y el juicio crítico dejan en su lugar al mercado, a la producción cuantificable, al intercambio de información, al almacenamiento de datos, a la creación de un gigantesco inventario que sustituirá a la memoria cultural tradicional.

La pérdida de soberanía intelectual y de identidad del individuo contemporáneo le llevará a la religión del mercado, cuyos valores son experimentados por sus niveles de consumo de bienes o de ideas. Se está produciendo lo que podríamos llamar como una **aculturación progresiva, produciendo altas cotas de frustración económica, moral y existencial**.

Los actores sociales ya no creen en las promesas igualitarias que le ofrecen las instituciones y dirigentes, no esperan nada de la sociedad en la que viven que vaya más allá de poder incrementar su capacidad económica para el consumo. **Cambian el propio juicio por el consumo, la cultura es cambiada por sus imágenes y huellas consumibles**.



Están siendo progresivamente despojados de sus identidades culturales, de su imaginación creadora.

Estamos asistiendo a la **caída del sentido de la realidad** que sólo se verifica a través de la sociedad de consumo y en un mundo donde la ciencia de la naturaleza cada vez dista más de la vida cotidiana, en una sociedad de la comunicación y la información en las que las interpretaciones hacen referencia en cada vez más ocasiones a otras interpretaciones.

Estamos asistiendo a un momento de **creación de grandes espacios económicos**: la comunidad económica europea, pero también su apertura a la EFTA y los esfuerzos (no siempre afortunados) de suprimir las trabas al comercio entre los grandes bloques económicos de Japón, Estados Unidos y Europa. Este proceso tiene como consecuencia una elevada concentración de empresas y de capitales y la creación de élites más reducidas, más poderosas y seguramente menos controlables.

El resultado de este proceso, es la configuración de una élite económica internacional más poderosa. En ella, sin embargo, la integración de los países más avanzados económicamente y socialmente con otros más pobres no resulta fácil. Los más ricos temen perder sus ventajas sociales en el proceso de integración y los más pobres no se atreven a proponerse como meta la mejora social, en su obsesión por conseguir la necesaria competitividad de un mercado único.

Y a este nuevo escenario es lo que se ha venido llamando **Globalización de la sociedad moderna**.

La palabra designa hechos reales, pero también una ideología que es esgrimida como un arma para justificar, prolongar o acelerar situaciones injustas.

La Globalización es un proceso de interconexión financiera, económica, social, política y cultural, acelerada por la facilidad de las comunicaciones y por la incorporación institucional de tecnologías de información y comunicación.

Es un proyecto de Mundialización.

Para algunos autores –Chesneaux y Wallerstein- el advenimiento de este fenómeno en la sociedad moderna se remonta hacia finales del siglo XV, con el encuentro violento y traumático entre Europa y América y la consiguiente extensión compulsiva de las fronteras del comercio hacia las regiones colonizadas, que continúa con la expansión capitalista imperial Británica y Norteamericana, hasta hoy que se inaugura una versión globalizadora que es vehiculizada a través del paulatino desarrollo tecnológico e informático.

Para Giddens y Albrow, los cambios económicos y técnicos iniciados hace cinco siglos, necesitaron para volverse globales establecer mercados mundiales de las comunicaciones y del dinero, como ocurre desde mediados del siglo XX. *“Somos la primera generación que tiene acceso a una era global” (Giddens).*

Vértices Psicólogos – www.verticespsicologos.com

Avenida Lazarejo, 106 – 28232 Las Rozas de Madrid

Teléfonos: 91 631 44 93 - 690 75 85 35 - Email: info@verticespsicologos.com

© Todos los derechos reservados

Sea como sea, **el proceso** que, de forma teórica, encierra un gran potencial para fomentar el bienestar económico y promover relaciones humanas, induce a cambios que, en este momento, **acrecienta la exclusión de regiones, comunidades y culturas enteras.**

En el orden cultural, parecen eclipsarse las ideologías y arrastrar en su caída a los grandes ideales. Este fenómeno brinda la oportunidad de ampliar el horizonte de cultura y valores de personas y comunidades pero, en realidad, extiende una cultura de virtualidad en la que se combina el relativismo y la pasividad. El tiempo libre de los jóvenes y adolescentes, de forma especial, se llena con **experiencias virtuales** que pueden llegar a engendrar una confusión entre ficción y realidad.

La cultura del consumismo global suministrada por la industria del entretenimiento induce cambios de valores y comportamientos adictivos, propagando una masificación que tiende a inhibir el pensamiento.

La **estandarización global** promovida por las industrias culturales mediáticas ha uniformado la masa de individuos, eliminando los rasgos del sujeto que diferencian los grupos dentro de un sistema social.

Frente a la demanda de rasgos identificativos de la sociedad, la industria cultural elabora productos con ciertos rasgos que no varían el producto estándar, pero permiten la diferencia necesaria en el objeto para que los grupos puedan reunirse alrededor de él con la única finalidad de **autoidentificarse a través de su consumo.**

Un ejemplo muy claro de esto podría ser BMW o AUDI. Estas marcas son símbolos de prosperidad frente a SEAT o HYUNDAI, y, en principio, solo podrán ser accesibles y consumidos por los individuos con mejor situación económica, siendo el pretexto mediático la seguridad, potencia y espacio. Si una característica es fundamental para la industria automovilística, es la seguridad: si los coches BMW o AUDI son los más seguros del mercado, todos los coches deberían cumplir con la ingeniería de estas empresas, ya que los demás coches son peligrosos en potencia para cualquier conductor hasta para los que circulen con AUDI o BMW. Luego, ¿para qué pagamos tanta seguridad si en las carreteras ya existen peligros insalvables? Si pretendemos eliminar el peligro de las carreteras deberemos también eliminar los coches peligrosos. Evidentemente, esto es imposible por una aceptada lógica de mercantilización de la vida en todas sus direcciones.

La clase social es un bien que se consume a través de los bienes materiales y no se hereda por nacimiento como en otros tiempos.

Los individuos se han convertido en diversos **"segmentos de mercado"**, potenciándose hábitos y formas de identificación comunes y diferenciados.

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

