NUEVAS SUPERSTICIONES DE MASA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN E IDEOLOGÍA DEL CONFORMISMO

Miguel Roiz Célix*

En este artículo intento plantear por vez primera el problema sociológico que ha surgido en España por la difusión de determinadas nuevas supersticiones que el sociólogo crítico alemán Th. W. Adorno denomina «secundarias» o «de segunda mano» para referirse a su marcado carácter institucional, al estar mediadas por la moderna comunicación de masas.

La crítica social a las supersticiones en la época contemporánea, que podemos también denominar como «consumo de magia, videncia y futurología» ha sido objeto desde hace ya bastante tiempo de interés por parte especialmente de historiadores, antropólogos culturales y sociólogos¹

El ocultismo o futurología, como se denomina comercialmente, se ha ido convirtiendo en los últimos lustros en un negocio amplio y difuso, sobre todo por la progresiva integración que ha tenido a la programación cotidiana de revistas de masas y también a la televisión e Internet, además de representar un capítulo importante de la intercomunicación en secciones comerciales de oferta y demanda de estos servicios.

La mejor crítica psicosociológica que se ha realizado sobre estas nuevas supersticiones procede de la Escuela crítica de Frankfurt y dentro de la misma ha sido Th. W. Adorno, por lo que más adelante voy a exponer, aunque de forma resumida debido al carácter introductorio de este artículo, sus principales conclusiones.

Este es un trabajo exploratorio, que intenta únicamente aclarar en lo posible algunos conceptos utilizados y desde luego delimitar la teoría, y que espero ampliar

* Profesor Titular, Departamento de Sociología VI, Opinión Pública y Cultura de Masas, de la Facultad de CC. de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Miembro de la Asociación Castellano-Manchega de Sociología.

más adelante incluyendo análisis empíricos, sobre todo de contenido del propio horóscopo y/o bien de prácticas directas (videncia); e incluso de anuncios de oferta y demanda de estos servicios tan peculiares y curiosos, que se pueden considerar, como cualquier otro contenido de los medios de comunicación, como «sociocultural»².

LA SOCIOLOGIA DE LAS SUPERSTICIONES

La Sociología se ha enfrentado desde su origen con numerosos temas, asuntos y problemas, algunos de ellos difíciles y otros más fáciles. Los sociólogos clásicos iniciaron, por sí mismos o por sus escuelas, diversas investigaciones sobre aspectos variopintos, aunque la sistematización y teorización de muchos de ellos sólo se ha realizado posteriormente, en especial cuando han servido de ilustración o ejemplo para la elaboración de modelos de interpretación, o bien de teorías, generalmente de las denominadas de «alcance medio», según la acertada terminología de R.K. Merton³.

Las supersticiones son naturalmente objetos de interés para la Sociología moderna, debido a la frecuencia y expansión de sus manifestaciones directas e interpersonales (por ejemplo, una consulta directa a una vidente). Pero también ha aumentado su interés por el papel mediador que tienen la comunicación de masas en su difusión y metas culturales, y también por su vinculación con sistemas de representaciones consolidadas: como la magia y los oráculos; y por considerarse desde una perspectiva crítica como elementos ideológicos de gran relevancia.

Desde una perspectiva sociológica general, una superstición puede considerarse una tendencia colectiva a atribuir un carácter sobrenatural, sagrado u oculto, a determinados hechos relacionados con la naturaleza de la Tierra (como el Sol, la Luna o las estrellas) o bien procedentes de la acción humana (como la capacidad de hacer daño a los otros o «mal de ojo»).

Para la sociología durkheimiana, en especial para M. Mauss, estos fenómenos se pueden considerar como «representaciones colectivas», y sería un tipo de creencia derivada del temor a la ignorancia (de donde proceden las cosas), y que a partir de la observación aparente de acontecimientos fijos, como pueden ser los astrales, y de los fortuitos y azarosos, como los que pueden suceder en determinados días del mes - como los decimoterceros - o la aparición súbita de un animal o ave de determinado color o forma, predice o prevé la posibilidad de un efecto maléfico o beneficioso, según las circunstancias⁴.

Aunque el cristianismo ha condenado repetidas veces las supersticiones, sobre todo aquellas acerca de presagios - como el fin del mundo- y sobre el poder omnímodo de los dioses; e incluso han intentado controlar las supersticiones derivadas del propio culto religioso: como el poder benéfico y milagrero de santos y vírgenes, lo cierto es que muchas de las supersticiones más arraigadas en el pueblo

han subsistido a través de los siglos, generalmente evolucionando y a menudo habiéndose convertido en una mezcla de ritos profanos y religiosos, unas veces atenuados y localizados (en pueblos o zonas geográficas), y otras veces extendidos y generalizados (como el horóscopo en la actualidad).

El interés por el papel que han tenido, y siguen teniendo -a pesar de su mala fama- las prácticas secretas y ocultistas, así como la magia y las supersticiones, en las sociedades modernas desde la industrialización, ha sido objeto de atención directa e indirecta por la Sociología, en especial por la Escuela Francesa (de *l'Année Sociologique*) ya citada, y también por la Sociología analítica alemana, en especial por G. Simmel⁵.

Posteriormente, el autor que más se ha centrado desde el advenimiento de la sociedad de masas en el estudio de las nuevas supersticiones, vinculándolas de la elaboración social de una ideología conformista, ha sido indudablemente Adorno, quien ha situado la interpretación de este fenómeno en el epicentro de su crítica radical a la alienación generalizada que padece el ciudadano medio de la sociedad capitalista de consumo burocratizado⁶.

También la semiología francesa ha realizado algunos acercamientos al estudio de las nuevas supersticiones, de tanta relevancia para un diagnóstico de la cultura de masas contemporánea, aunque sin haber profundizado en ello⁷.

El horóscopo es una tabla sin óptica de las observaciones que un adivino (el astrólogo inicialmente) hace del recorrido de los astros por el firmamento y que se pueden identificar con el «destino astral», con vistas a la predicción del porvenir o de una persona.

Pero el horóscopo se considera también como la propia predicción diaria del destino según el signo del Zodíaco, y donde se especifican los acontecimientos que pueden suceder a dicha persona, así como los posibles estados de ánimo predominantes o cambios de carácter y personalidad que le pueden afectar.

El único fundamento científico del horóscopo se basa en considerar que en el momento del nacimiento de una persona existe ciertamente un punto determinado en el horizonte que está incluido en la eclíptica o círculo máximo de la esfera celeste descrito por el sol en su movimiento propio aparente, o por la Tierra en su movimiento real de revolución alrededor del sol. Este punto se incluye en las predicciones en el sistema de los signos del Zodíaco⁸.

J.E. Cirlot, un estudioso de la simbología de los astros, considera que la creencia en el firmamento ordena el papel de los signos citados en el destino personal de cada uno y es muy primitiva, ya que se han encontrado signos zodiacales en pinturas rupestres del sur de España, concretamente en la Cueva del Arce, en la Laguna de la Janda, Cádiz. Aunque parece -dentro de lo que sabemos que este conocimiento empezó a sistematizarse por el rey Sargón de Agade, que poseía o había compuesto una obra de astrología que incluía previsiones realizadas a partir del conocimiento de los eclipses de sol⁹.

El horóscopo, como instrumento descriptivo y explicativo más extendido de la astrología, se basa en observaciones pseudo-científicas que los astrólogos profesionales han realizado con distintas técnicas de medición y situación, generalmente a partir de la fecha de nacimiento, y observando el estado del firmamento en el momento del nacimiento de una persona, y que se concretiza en un año, un mes y un día determinado, y con el fin de predecir el curso de su vida (o un momento determinado de la misma), sobre todo respecto de sus relaciones con otras personas, y desde la perspectiva de conseguir objetivos muy importantes: como la felicidad, el dinero, la salud o el amor...

Se trata de un modo de pronosticar el futuro de alcance totalizador, pues revela su importancia el hecho de que pueda afectar - naturalmente como predicción - a toda la vida del sujeto, desde el nacimiento hasta el día final de su muerte.

El horóscopo, desde una perspectiva sociológica se puede considerar una superstición «para las masas» puesto que aunque se dirige a individuos, tiene un alcance colectivo, de públicos, sobre todo porque pertenece al ámbito temático de la moderna «cultura para las masas», y por la capacidad de los medios de comunicación para difundirla en cualquier parte del espacio social, en todas las clases sociales, en todas las áreas geográficas y territoriales.

El Tarot o «taroco» es otro de los instrumentos básicos - por la frecuencia de su uso y por la extensión cultural que ha adquirido - que se utiliza actualmente para la videncia y para explicar el presente y el futuro. Se trata de un juego de naipes específicamente dedicado a la cartomancia, es decir al «arte» de la adivinación del porvenir. Parece que es de origen español, del siglo XIV al tratarse inicialmente de la conocida baraja española de cuatro palos; pero a la que posteriormente, en sucesivas oleadas de añadidos, se incluyeron diversos arcanos o símbolos secretos (como el loco, el cubilero, la papisa, la emperatriz, la muerte, la rueda de la fortuna, etc., hasta veintidós arcanos mayores. De esta manera se convirtió en Italia en el «taroco», primero de Venecia y Lombardía, luego de Bolonia y Florencia, para pasar finalmente a Francia, donde se fijó primero el tarot de Marsella, luego en el Beçançon y finalmente el de París, en la época de la Revolución Francesa.

Existen varias formas de tarot, pero todas contienen los mismos elementos (cartas con símbolos diversos, y asociados de diversas maneras); y sobre todo tienen un marcado carácter esotérico. Los videntes o futurólogos suelen utilizarlas en forma de prácticas cartománticas, unas generales y otras elaboradas personalmente¹⁰.

Es curiosa la fuerza simbólica de la astrología, por encima incluso del tarot, y a pesar de los ataques que ha tenido por su falta de racionalidad científica. En 1994, un destacado miembro de la Real Sociedad Británica de Astronomía aseguró que los signos del Zodíaco eran trece y no doce como se había creído siempre, al añadirse uno nuevo: *El Oficus*; y además aclaró que la duración de los signos era desigual y estaban erróneamente adelantados. Pero los astrólogos no solo no le hicieron caso sino que protestaron activamente, lo cual indica que

representan inequívocamente un «grupo de presión», teniendo en cuenta la relevancia económica de los negocios montados alrededor de la Astrología, y en formas diversas, tal como se ha descrito anteriormente¹¹.

En la sociedad de masas contemporánea, al fin del milenio, en la «era de la información», las supersticiones suelen reaparecer en oleadas más o menos intensas según circunstancias económicas, sociales y políticas. Algunas de estas oleadas pueden ser permanentes en el tiempo, como sucede con el horóscopo cotidiano, generalmente semanal; y otras son, claramente transitorias, como la creencia en el fin del mundo, el retorno de profetas o la próxima destrucción de la humanidad.

Siempre son expresiones comunicativas y simbólicas de las ciencias ocultas que tuvieron antiguamente tanta importancia, y no sólo la Astrología sino también la Alquimia. Tienen mucho que ver con el conjunto de prácticas misteriosas, y sobre todo secretistas, mezcla de magia y espiritualidad, con las que se pretende conocer los secretos más ocultos del hombre y la naturaleza, con especial énfasis en la adivinación de la suerte, el destino o el futuro; concretamente, estas prácticas intentan encontrar soluciones a problemas vitales, como el amor y el desamor o bien el éxito o el fracaso, incluso el bien y el mal. A menudo tratan también problemas coyunturales: como crisis familiares o conyugales, incluso económicas y empresariales. E incluyen en determinadas circunstancias conjuros contra prácticas de hechicería o magia negra.

El fundamento lógico de todas estas supersticiones se basa en la creencia de que los aspectos racionales de nuestras vidas no pueden muchas veces, o no logran otras, penetrar en aspectos profundos y decisivos de la vida humana, y en especial en los sentimentales y emocionales. Por estas razones, la única forma de acceder a lo que no se comprende o no se sabe con certeza (como el destino) es desde algún sistema de creencias misteriosas, y en la que los mediadores tengan mucho «arte» en la interpretación.

LA CONCEPCIÓN DE T. ADORNO SOBRE LAS SUPERSTICIONES SECUNDARIAS

En sus “Nuevas tesis sobre el ocultismo”, original de 1951, Adorno formula una crítica filosófico-moral al contenido del horóscopo, y partiendo de la teoría de la alienación de Marx.

La inclinación masiva por el ocultismo a mediados del siglo XX sería un claro signo de regresión de la conciencia al pensamiento mágico bajo el capitalismo tardío de su época. Por lo tanto, la astrología, como manifestación general del ocultismo, se puede valorar como la Segunda Mitología, la que sustituye o, mejor, suplanta a la Primera: la creencia en Dios.

La regresión implica que se vuelve, se retorna, a unas nuevas formas de animismo, es decir: de creencia primitiva en entes difusos en la Naturaleza, y en el

caso estudiado: los astros. Para Adorno, este animismo renacido cree ser liberador, cuando, paradójicamente, lo que hace es negar la posibilidad de cualquier liberación presente y futura.

Los mediadores de esta regresión son los «visionarios», o sea: «pequeños sabios que aterrorizan a sus clientes bajo la bola de cristal», y que por lo tanto son verdaderamente controladores y manipuladores de los comportamientos de mucha gente, actuando normalmente utilizando métodos persuasivos directos: como el convencimiento por el rostro, las manos, el cuerpo y la palabra.

Lo que se percibe como «espíritu» (las cartas, la bola de cristal, los astros y sus movimientos) es: «indigno», literalmente, según Adorno. El horóscopo además, como mejor ejemplo, se ha convertido en un mecanismo de control cuasi- burocrático, puesto que: «cumple las instrucciones de los organismos a los pueblos». La astrología, desde esta perspectiva, se ha convertido en un saber enajenado y enajenador del destino del hombre sobre la tierra. «Nada más ajeno al hombre que las estrellas», repite Adorno, demostrando así su profundo pesar por la extensión de estas supersticiones en una era de triunfo general de la racionalidad y la técnica.

El carácter alienante de este fenómeno se destaca perfectamente, puesto que: «el ocultismo es un movimiento reflejo tendiente a la subjetivización de todo sentido», aunque paradójicamente: «ha perdido su fuerza para pensar lo incondicionado y sobrellevar lo condicionado», indicándose así el fin conservador de estos mecanismos, que para tantas personas, sobre todo aquellas menos cultas y más dependientes de la sociedad de consumo y de sus dádivas, desde objetos y mensajes hasta consejos y predicciones. El público adicto al horóscopo, y por extensión a cualquier otra práctica ocultista permanece - *por mor* y efecto de su propia creencia- permanentemente alienado, y «se arruina la capacidad de comprender que los espíritus no existen». Surge, pues, un círculo vicioso, ya que este tipo de público necesita la superstición para «liberarse» aparentemente de las trampas de la vida, pero aquellas son las que mejor atan a la gente a la esclavitud de las prácticas ocultistas.

Finalmente, el autor pone mucho énfasis en recordarnos que existe una tendencia de la sociedad a reproducir de diferentes maneras la infelicidad de sus miembros, tendencia que se supone «velada», pero que: «embauca a sus víctimas con falsas revelaciones» y «fenómenos alucinatorios»¹².

El posterior artículo «Supersticiones de segunda mano», publicado originariamente en 1957, ha sido entresacado del volumen titulado «Sociológica» publicado junto con M. Horkheimer, y enriquece y matiza algunas de las conclusiones expresadas en la publicación ya presentada.

En la primera parte, como introducción teórica clave, Adorno revela que el auge de la astrología, las creencias a las que se vincula y los efectos psicológico-sociales que comporta, se está dando: «en todas las partes del mundo», considerándola por lo tanto como un verdadero movimiento de masas. Aclara que representa una

forma antigua de superstición, pero resucitada del olvido en la época moderna, es decir, del tiempo de la Ilustración, pero que paradójicamente renace cuando el desarrollo de las ciencias experimentales ha permitido superar cualquier residuo anterior de pseudociencia, poniendo como ejemplo tanto la Alquimia como la Astrología. También indica que las funciones latentes de estas supersticiones son las de exagerar y desvirtuar los fines subjetivos del yo: por ejemplo, calmar ansiedades y angustias y/o exaltar el narcismo.

Complementariamente, tienen también fines objetivos ocultos, entre ellos el logro del control social persuasivo y la búsqueda y consecución del conformismo económico y social de las masas. El papel de la investigación social sobre este tema tan candente (y tal como lo ha planteado y aplicado siempre el Instituto de Investigaciones Sociales de Frankfurt como «no administrativo» y desde luego crítico) es el de estudiar las acciones y relaciones recíprocas entre lo racional y lo irracional en la vida social, presuponiéndose que existe una tendencia natural de los hombres hacia lo irracional en todas las sociedades humanas. Como la astrología se puede considerar como el ejemplo más extendido de estas nuevas supersticiones, ancladas en la sociedad - e incluso en la cultura de masas- Adorno plantea una nueva interpretación teórica. Para ello intenta una aplicación sobre estas supersticiones del modelo dicotómico de Ch. Cooley entre grupos primarios y grupos secundarios. Así, Adorno considera que la astrología se puede valorar como una «superstición de segunda mano» o «secundaria» por sus características sociales. En ella, lo oculto está objetivizado y socializado, por lo tanto institucionalizado; pero como no hay relación directa ni convivencial entre los actores, la comunicación astrológica tiene lugar prácticamente siempre mediante la comunicación de masas, y en concreto por su difusión (a veces anónima, a veces firmada) en la prensa y revistas.

Estos procesos culturales son además «extraños» en el sentido de la alienación, porque están alejados de la experiencia directa y propia (por ejemplo de los usuarios con los astros, las estrellas o el firmamento) reflejándose de esta manera lo confuso y abstracto del ocultismo comercializado que Adorno denomina pertinentemente «pseudoracionalidad»¹³.

El libro de Adorno *Bajo el signo de los astros*, de 1975, es el único de carácter empírico que tiene sobre el tema. Se trata de un análisis de contenido, de fundamento principalmente psicoanalítico, aunque incluyendo determinados aspectos vinculados a la teoría de la alienación marxista. Este análisis, muy minucioso y profundo, se aplicó sobre la sección de astrología del periódico conservador norteamericano *Los Angeles Times* durante tres meses, entre diciembre 1952 y febrero 1953.

El objetivo principal trataba de descubrir los rasgos más destacables del mensaje manifiesto, así como los presuntos efectos ocultos del horóscopo entre los lectores asiduos, que generalmente eran mujeres de clase baja y media. El análisis se interesaba principalmente por los rasgos de la pseudo-racionalidad patente en

los contenidos de la columna astrológica, que oscilaba entre la racionalidad, en un extremo, y las pulsiones inconscientes, en el otro¹⁴.

Desarrollando este modelo, bastante complejo teniendo en cuenta las propias dificultades de un método tan sofisticado como el utilizado, Adorno intentaba descubrir las pautas establecidas a las que se atienen los autores del horóscopo para elaborar y redactar sus mensajes, siempre iguales y siempre diferentes al mismo tiempo. Se presupone que para entender la significación real de lo que a primera vista (en un análisis del contenido manifiesto) parece trivial e inocuo, como los consejos, los temas diarios tratados, los temores y deseos expuestos, hay que partir de la necesidad de analizar la unidad « funcional » del sistema, y tanto sus aspectos comunicativos (intenciones del emisor, contenido del mensaje, códigos utilizados, presuntos rasgos de los lectores) como la psicología subyacente en los contenidos como totalidad.

Para este autor, la astrología no es tanto una manifestación colectiva o bien un sistema de símbolos de la dependencia del individuo de otros, de sus sentimientos o de su narcisismo, sino una verdadera ideología organizada, con el fin de lograr su dependencia de los valores sociales imperantes y para aumentar su conformismo con este sistema de pautas culturales y patrones de conducta. Por lo tanto, la adicción a la Astrología - y sobre todo su extensión- fortalece las condiciones económicas y sociales vigentes en esta época y favorece la difusión de la mentalidad del hombre «dependiente de los otros» de que hablaba D.Riesman¹⁵.

Parece que las condiciones de vida de los lectores cotidianos del horóscopo estudiado no eran demasiado buenas, al tratarse generalmente de personas de nivel económico modesto, en su mayor parte trabajadoras y amas de casa. Sin embargo hay que reconocer que estas situaciones tan dependientes se afrontan mejor con actitudes positivas ante los problemas de la vida cotidiana, tal como preconiza el mensaje principal del contenido del horóscopo de *Los Angeles Times*.

Otros resultados indican el estado de «semi-erudición» que posiblemente tengan muchos de los lectores habituales, y que según Adorno es normal entre la población norteamericana de la década de los cincuenta. Reflejaría esta categoría a unos ciudadanos con cierto nivel de reflexión sobre «su» vida, pero que no es en nada intelectual y por lo tanto no permite ejercer una capacidad crítica mínima y menos adecuada a la comprensión de los aspectos que oculta el horóscopo, y tampoco permite enfrentarse con los porqués de las cosas, de la vida y de las relaciones sociales.

La astrología estimula, en cualquier caso, a los lectores-público a enfrentarse diariamente con su vida, aunque al mismo tiempo les nace sentir que no son profundamente dueños de su propio destino, ya que por definición éste aparece inmerso, algo difusamente, dentro del horóscopo: como en la posición de los astros o el significado dominante del signo en que nacieron. Como únicamente pueden ser «público» o sea receptores de mensajes (mentirosos) y no pueden entender la

complejidad de la vida social y personal, así como de los sentimientos y emociones que los envuelven, sus personalidades tienden a estar incorporadas - o sumergidas- en el simbolismo ocultista astral.

Adorno define a este público como: «agnosticistas desorientados», y por lo tanto les representa como un conjunto de individuos más o menos aislados y por ello fácilmente manipulables (por cualquier ideología ocultista o secretista, por ejemplo: las sectas). Posiblemente poseen en mayor o menor grado fe o creencia en Dios, pero siempre es de baja intensidad y/o con un marcado carácter ritualista, ya que tiende a ser subsumida por la creencia en los astros y con una mayor confianza en el firmamento que en los santos y vírgenes, lo cual se debe seguramente por su valoración de que: «los astros son elementos cósmicos rígidos y movidos por leyes mecánicas», y por lo tanto la predicción basada en ellos es muy de fiar.

Sin embargo, el discurso - por lo menos el manifiesto- del horóscopo, no es en nada catastrofista y mucho menos contiene elementos delirantes. Pero efectivamente recoge y exalta una parte importante de la experiencia humana: la de las relaciones diarias a diversos niveles: profesional, amoroso, conyugal, laboral, familiar, filial. En cualquier caso ofrece seguridad al comportamiento ritualista de la vida cotidiana, y calma ciertas ansiedades y angustias, sobre todo en determinados tipos de personalidad.

Aunque los autores del horóscopo, considerado como información, por una parte, y relato periodístico, por la otra, conectan generalmente la Astronomía con la Astrología, ambos niveles de representación del universo (uno científico y otro no científico) no entran en contradicción, lo que facilita la creencia en la posibilidad de adivinar el porvenir, el futuro, basándose en el curso de los astros. Como elementos de la naturaleza, así como en la existencia para cada sujeto de un punto inicial para su cálculo: el de la fecha y hora de su nacimiento.

Adorno considera que los astrólogos saben muy bien como conectar los dos niveles de representación, validando de esta manera una forma de conocimiento irracional y misterioso que justo por su escasa o nula lógica ayuda a penetrar entre los públicos y las masas de la sociedad de consumo.

La astrología recubre claramente una ideología social: la de la necesaria reproducción del estatus social que dentro de la estructura sociocultural ocupan los individuos que usan cotidianamente el artilugio astral, seguramente sin capacidad ni aspiraciones a una movilidad social ascendente ni a la elevación de su nivel cultural.

Los mensajes, único medio que permite inferir conclusiones según la metodología aplicada por Adorno, combinan datos racionales tratando referencialmente de problemas prácticos de la vida cotidiana, con otros irracionales entresacados de las distintas posiciones de los astros en el firmamento. La mayoría de los comentarios suelen apoyar la creencia en uno mismo y la necesidad de salvaguardar el estatus adquirido a los niveles conyugal, familiar, laboral y económico, con un claro lenguaje conservador en lo social y cultural, y con

escasísimas alusiones a lo político. En resumen, parece que presuponen la existencia de cierto nivel de angustia colectiva al tener que enfrentarse con la vida, y de vez en cuando surgen elementos que indican bastante presión social latente, sobre todo por la evocación de valores y normas de compromiso.

La sociedad de consumo de masas, y específicamente a través de los modernos medios de comunicación, tiene una plena capacidad para estructurar como racional lo que es claramente irracional, y además, puede ofrecerlo comunicativamente con un lenguaje sencillo - incluso simple- que lo hace creíble. De esta manera, lo oculto de la personalidad modal acaba siendo institucionalizado al publicarse y manifestarse en los medios más accesibles y de amplia difusión, como la prensa diaria o semanal, o las revistas especializadas en moda, hogar y problemas sentimentales. Así, el mensaje de los mensajes, la intención conservadora de los emisores queda «objetivado y en buena medida, socializado»,

Este autor vincula una vez más la Astrología con la pseudo-racionalidad que circula dentro de la cultura de masas, y la sitúa en «esa indefinible franja que media entre la razón y las pulsiones inconscientes (y que es) lo que nos interesa desde la psicología social.

En mi opinión, uno de los aspectos más interesantes de la interpretación crítica de Adorno, estriba en la estrecha relación que descubre entre la astrología y la cultura de masas, considerando a aquella como una especialidad; así como desvelar que la adicción a la astrología no es algo de carácter «psicótico» como podría suponerse, sino que es más bien un mecanismo de defensa de personas de bajo nivel intelectual. Por lo tanto, más bien operaría como una forma - entre varias- de defensa individual contra la psicosis, matizando que: «con todo, no es una hipótesis descabellada asegurar que ciertas situaciones históricas y ciertas circunstancias sociales favorecen la aparición de determinados síndromes psicológicos, así como desentieran y acentúan distintos tipos de posibilidades latentes en los seres humanos».

EL OCULTISMO COMO INFORMACIÓN ESPECIALIZADA Y COMO NEGOCIO EN LA COMUNICACIÓN

La información sobre astrología y otras ciencias ocultas en España, se concentra actualmente, en el año 2001, en la canalizada por la prensa y revistas, y en forma del horóscopo diario o semanal. Llama desde luego la atención la extensión que tiene esta información-predicción en revistas dirigidas a mujeres sobre todo a amas de casa, y entre aquellas: *Diez Minutos, Mía, Pronto, Semana, Lecturas*, etc. Todos estos medios suelen incluir en cada ejemplar publicado por lo menos una página, y a veces dos, la lectura astrológica de los doce signos del Zodíaco.

En los últimos años, además, y de manera acelerada a partir de los dos años finales del Segundo Milenio (1999-2000), se ha observado un extraordinario auge de la Astrología en diversos espacios de la televisión, sobre todo en la privada,

unos correspondientes a programas sensacionalistas (como debates sobre las vidas sentimentales de personajes famosos de los propios medios de comunicación, artistas, cantantes, modelos, etc.) y otros dentro de programas específicos para la videncia, sobre todo nocturnos, en los que los especialistas dan directamente ante el público sus vaticinios, previa llamada telefónica de pago. También han surgido espacios publicitarios en los que los videntes ofrecen sus servicios pero estas veces fuera de la propia programación televisiva.

Se ha podido ver que los modernos medios de comunicación han ido integrando paulatinamente y de diversas maneras, tanto la información como la consultoría relacionada con ciencias ocultas y muy en especial con el horóscopo y el tarot, de manera que ha llegado ya al gran público, a las grandes audiencias de masa. Asombra un poco la creciente importancia de las consultas sobre cartomancia, en especial sobre el tarot, que está cada vez más moviendo mucho dinero, sobre todo a favor de aquellos videntes más conocidos por sus relaciones con personajes famosos, sobre todo de aquellos que han creado más escándalos públicos.

Como cada vez más, la cultura de masas es uno de los negocios más seguro y saneado del siglo XXI, los medios con mayores niveles de públicos y audiencias han ido creando - y asegurándose asociándolo a la publicidad- nuevas formas de atracción en base a temas antes poco relevantes, y entre ellos destacan estas nuevas formas de comunicación secretista y ocultista, que no lo es tanto por su cada vez mayor alcance - e incluso exposición- público. Hay que clarificar que sobre todo inciden sobre los diversos tipos de públicos femeninos, afectando a todas las edades y clases sociales, habiéndose convertido en pocos años en una moda, y siguiendo el modelo Veblen-Simmel del «efecto demostración», pasando desde las clases altas a las medias y desde estas a las bajas y populares¹⁶.

El negocio de las nuevas supersticiones de masa está centrado -y adquiere por lo tanto su importancia sociológica- en la extraordinaria difusión que han tenido en medios concretos: los periódicos, las revistas y la televisión, aunque recientemente ha pasado a Internet.

Este negocio es actualmente muy diferente de épocas pasadas, por ejemplo antes de 1990, en que estaba localizado casi estrictamente en determinados barrios medios de las grandes capitales españolas, y tenía un público adicto pero restringido. Era curioso ver videntes en bares y cafés del barrio de Malasaña, en Madrid, con su mesita y su baraja o tarot, a veces incluso con el horóscopo. Tenían su pequeña clientela fiel y representaban un elemento más para atraer a la gente, generalmente joven, al establecimiento.

Pero, actualmente la televisión ha cambiado cualitativamente las costumbres y las prácticas, destacando el hecho de que cuando conectas en las horas nocturnas con diferentes cadenas de televisión, en todas encuentras o videncia en directo o publicidad de los videntes, unas veces ofreciendo el resultado, el destino de las cartas y otras veces el de la bola mágica de cristal.

Este auge ha alcanzado sobre todo a las televisiones privadas de ámbito local, que viven en precario de la publicidad comercial de poblaciones medias o grandes. Una de ellas de Madrid, con la que conecté personalmente en febrero de 2001, tenía un largo programa dedicado exclusivamente a la videncia, centrado en los augurios y, sobre todo, consejos de una bella vidente de rostro y acento exótico, aunque de nacionalidad española. A esta protagonista la apoyaba no sólo el realizador, con primeros planos específicos y tomas del busto y rostro sino también la presentadora, que conectaba con el público que llamaba por teléfono y hacía la introducción. El coste era medianamente caro, pero la respuesta a la llamada solía ser larga y la vidente operaba en sus predicciones tanto con cartas españolas como con el tarot y la bolsa mágica de cristal.

La interpretación que esta mediadora entre lo mágico y lo real hacía de los problemas planteados por el público, siempre - por lo menos en este caso con el que conecté- femenino, iba acompañada de supersticiones mediante objetos. En una consulta sobre búsqueda de trabajo que grabé, y después de ofrecer el presente y el futuro desde la baraja gitana, recomendó a la peticionaria que llevase en un bolsillo cuando fuese a la empresa a buscar trabajo un ajo. Otra vez, ante una consulta sobre un amor perdido al que la joven peticionaria deseaba recuperar, la vidente recomendó que escribiese en un papel fino el nombre completo del hombre amado y lo dejase durante unos días dentro de un frasco con miel. El trasvase desde la Astrología como superstición a métodos que vuelven a la magia tal como la analizó Frazer, es evidente¹⁷. También es muy relevante la intercomunicación alrededor de estos temas, teniendo en cuenta que se han creado en los últimos años en la prensa y revistas secciones comerciales específicas (Futurología) para canalizar la oferta de servicios de adivinación, videncia y magia (puesto que ahora se ha ampliado como ya se ha visto el campo de las nuevas supersticiones).

Parece también que la oferta - seguramente porque hay demanda- aumenta en determinadas épocas del año, como a finales y a principios. Este rasgo seguramente se vincula con el aumento en estos períodos temporales de las inquietudes de los públicos acerca de su próximo futuro e incluso del presente, y está orientado a calmar su posible ansiedad o angustia, planteándose entonces a los videntes y magos numerosos problemas emocionales y sentimentales, incluso económicos y de salud. Recientemente ha surgido también una importante expansión del consumo de objetos vinculado al ámbito del «mundo de la superstición», desde imágenes de santos más o menos vinculados a supersticiones religiosas (como es el caso de San Pancracio para conseguir trabajo) hasta juegos de cartas muy variados, aunque predominando las distintas versiones del tarot y las barajas española y gitana. En estas tiendas «especializadas» que venden de todo desde cursos de yoga hasta imágenes de Buda o de la diosa Ganesh, suelen encontrarse también, sobre todo a determinadas horas del día, videntes y/o magos (puesto que la confusión es máxima) teniendo mucho éxito aquellos que proceden de áreas culturales y países exóticos, desde Cuba y República Dominicana o Haití hasta el Camerún, Brasil o de la propia India.

HACIA UNA SOCIOLOGÍA CRÍTICA DE LAS NUEVAS SUPERSTICIONES DE MASA

En la actual sociedad burocrática de consumo dirigido, retomando la acertada y valiosa definición de H. Lefebvre, las creencias supersticiosas se pueden considerar como proyecciones de la alienación generalizada, con el malestar cultural consiguiente y sus efectos individuales, que produce el nuevo bienestar, la nueva abundancia creada en Europa entre los años setenta y ochenta y afianzada en los lustros finales del milenio que desde luego ha llegado a España y también se ha consolidado aquí con fuerza¹⁸.

Esta nueva sociedad de consumo contribuye, por las expectativas (e «ilusiones») que crea de promoción social, a fijar - con cada vez mayor extensión- un nuevo conformismo social, con las creencias económicas, con los valores del consumismo incesante, con la casi exclusiva búsqueda del confort y la seguridad... Signos de este conformismo es el sometimiento a la publicidad y a las imágenes de marca, a la búsqueda de un consumo «algo ostentoso», sobre todo para significarse diferencialmente de la mayoría de la población consumidora; e incluso la sustitución del culto religioso (en los templos, las iglesias) al culto a la mercancía en los nuevos templos del consumo: los centros comerciales, los grandes almacenes, los espacios de consumo de ocio (multicines, por ejemplo), los complejos del ocio, como Disneylandia o EPCOT Center.

En el espacio social, aparecen, cada vez más, nuevas formas de control social persuasivo, como la información dirigida, la opinión pública organizada burocráticamente, la propaganda encubierta, la publicidad totalizadora, etc., que aniquilan las posibilidades de autonomía del individuo en una sociedad a la que frecuentemente se denomina «individualista» pero que es extraordinariamente gregarista, paradójicamente en una sociedad liberal y democrática donde se consideran como objetivos la igualdad de oportunidades y el mérito personal.

El análisis de las nuevas supersticiones desarrolladas al calor del auge del consumo de masas, revelan, tal como descubrió y describió Th. W. Adorno, que el individuo, a pesar de estar cada vez más recubierto de objetos (la mayoría de ellos efímeros y por lo tanto transitorios para su vida) se siente infeliz y desarraigado, desorientado en el magma pseudocomunicacional de la sociedad de masas. Y entre otros mecanismos de control (muchos de ellos pertenecientes al ámbito de los medios de comunicación y sobre todo al de los contenidos de los mismos, es decir a la cultura para las masas) destaca la creencia en las nuevas supersticiones y sus rituales (intercomunicación, consulta, veneración de objetos considerados «místicos» o «sagrados»). Su práctica cotidiana entre la población, tanto directa como indirectamente (mediando la prensa, las revistas o la televisión, incluso Internet), contribuye a calmar la angustia y la ansiedad, aunque lo haga desde las creencias irracionales, o como dice Adorno desde la «pseudoracionalidad». Como lo racional

no conduce a nada, y además no ayuda al individuo a ver claro en su vida, produciendo «malestar cultural» en el sentido freudiano el camino de la irracionalidad además de ser más directo y menos intelectual, ayuda a vivir con esperanzas, aunque sean esperanzas vanas¹⁹.

Valoro la extraordinaria extensión de estas creencias, prácticas y rituales «supersticiosas» a fines del Segundo Milenio como un fenómeno sociológico de gran relevancia, incluso se podría considerar como uno de los elementos que diagnostican las fuertes contradicciones de nuestra época, entre lo científico y lo no científico, entre lo racional y lo irracional, bastante diferente de los decenios anteriores.

Como Adorno inició en los años cincuenta los primeros estudios científicos sobre estas «nuevas supersticiones», para él únicamente centradas en la Astrología, y aunque sus observaciones y conclusiones sean todavía válidas, aunque parcialmente, es necesario plantear la realización de nuevas investigaciones.

Desde unas primeras hipótesis complementarias de Adorno, habría que dar mucha relevancia a los medios de comunicación como potenciadores de estas supersticiones, como canalizadores y soportes de un «nuevo estrellato»: el de los «videntes de moda»; y también habría que criticar el papel de la publicidad indirecta sobre estas prácticas, ya que curiosamente la «directa» se considera más bien inmoral que otra cosa. Esto revela la doble moral de los medios de comunicación, de la publicidad y de la cultura de masas, oscilando entre la responsabilidad hacia los consumidores y la irresponsabilidad ante los ciudadanos, entre la búsqueda de mayores niveles de audiencia y la objetividad en la información, la opinión y la intercomunicación, entre la crítica de lo irracional en la sociedad y la exhibición de las prácticas más irresponsables de ocultismo y magia.

NOTAS

- ¹ Destaca al respecto MAUSS, M., (1971): *Sociología y Antropología*, Tecnos, Madrid.
- ² CASTELLS, M., (1996 - 1998): *La era de la información*, Tomos I, II y III, Alianza, Madrid.
- ³ MERTON, R.K., (1965): *Teoría y estructura sociales*, FCE, México.
- ⁴ MAUSS, M., *op. cit.*, p. 90 y ss.
- ⁵ Además de MAUSS, M. - SIMMEL, G. (1986): “El problema del destino”, en *El individuo y la libertad*, Península, Madrid; y “El secreto y la sociedad secreta”, en *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*, Revista de Occidente, Madrid, 1997, pp. 357-424.
- ⁶ Destacan ADORNO, TH. W., (1986): *Bajo el signo de los astros*, Laia, Barcelona; sus famosas “Tesis sobre el ocultismo”, en *Minima Moralia. Reflexiones desde la vida dañada*, Taurus, Madrid, 1987; así como “Supersticiones de segunda mano”, en ADORNO, TH.W. y HORKHEIMER, M., (1966): *Sociológica*, Taurus, Madrid.
- ⁷ BARTHES, R., (1975): *Barthes par Roland Barthes*, Le Seuil, París.
- ⁸ Artículo “Eclíptico-a”, *Gran Enciclopedia Larousse*, Larousse, Madrid, p. 29.
- ⁹ CIRLOT, J.E., (1969): *Diccionario de símbolos*, Labor, Barcelona, p. 482.
- ¹⁰ Artículo “Taroco”, en *Gran Enciclopedia Larousse*, *op. cit.*, p. 29.
- ¹¹ Diario *El País*, 22 de enero de 1995, p. 27.
- ¹² ADORNO, TH. W., *Minima Moralia...*, p. 241-247.
- ¹³ ADORNO TH. W. Y HORKHEIMER, M., *op.cit.*, p. 189-221.
- ¹⁴ ADORNO, TH.W., *Bajo el signo de los astros*.
- ¹⁵ RIESMAN, D., (1975): *La muchedumbre solitaria*, Paidós, Buenos Aires.
- ¹⁶ El modelo VEBLEN-SIMMEL sobre el consumo moderno parte de los siguientes presupuestos:
- El consumo es una actividad dirigida esencialmente por circunstancias y tendencias externas al individuo;
 - En este proceso de consumo predominan consideraciones de mantenimiento o acrecentamiento del estatus;
 - Los motivos que subyacen al consumo son de imitación y emuladores, de forma que los modelos expresados por las capas superiores son imitados por los inferiores;
 - Las clases altas, las élites, las que producen o crean «lo nuevo», han de adoptar continuamente modas nuevas y consumir productos que realcen el estatus si quieren mantener su posición de superioridad.
- Cf: SIMMEL, G., (1985): «La moda», en *Sobre la aventura*, Península, Barcelona; y CAMPBELL, C.; (1995):»El deseo de lo nuevo», en SILVERSTON R. y otros, *Los efectos de la nueva comunicación*, Bosch,Barcelona, p.81-101.
- ¹⁷ FRAZER, J., (1975): *La rama dorada*, FCE, México.
- ¹⁸ LEFEBVRE, H., (1975): *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Alianza, Madrid.
- ¹⁹ FREUD, S., (1946): “El malestar de la cultura”, en *Obras completas*, Ciencia Nueva, Madrid.