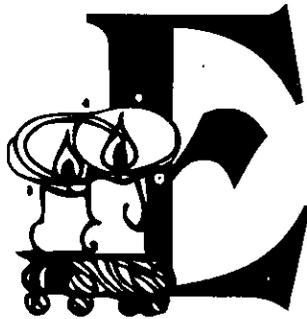


▲ GUILLERMO OLARTE PÁEZ*

El lenguaje y el mercado de la Nueva Era**



► FUNDAMENTACIÓN

Es inapropiado hablar de Nueva Era fuera del marco del postmodernismo. La Nueva Era aparece, justamente, como un fenómeno expresivo que se manifiesta sobre la base de una serie de relaciones puestas en común a partir de una *superación* del pensamiento académico y científico. Lo que, para muchos sectores de la humanidad, significaba la liberación de un dogma o la concepción de un movimiento histórico de verdadera exigencia y relevancia.

La ruptura de un pensamiento académico generaba la implantación de un ambiente a partir del cual se daba libertad de servir y expresar una dimensión de la vida y trascendencia de los hombres por un camino de autonomía, fuera de toda rigidez de pensamiento y organización. Es en este ambiente donde se presenta un *supuesto* respeto por las decisiones de los individuos en el campo de lo espiritual, lo social, lo político y lo cultural; decisiones que se separan del trabajo y del proceso de los colectivos. Ello contribuye, según sus adeptos, a una armonía que rompe con el rigor investigativo racional.

Esta realidad generó diversidad de intereses hacia actividades que se movieran al margen del rigor

* Profesor del Departamento de Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana. golarte@javeriana.edu.co

** Ponencia presentada a IAMCR - AIER/AIECS 2000, 17-20 de julio en Singapur.

académico, científico e investigativo, en todos los campos del saber y del trabajo humano, político, social y cultural. Esto dio pie al nacimiento de pequeñas asociaciones o clubes alrededor de dichas actividades. A su vez, las formas de agrupación generaron una visión ligera del trabajo asociado, traducido en clubes o asociaciones de medicina alternativa, pequeños grupos de comunicación por gusto, simpatizantes de astrología como variante de la astronomía, entre otros; donde se daban experiencias artísticas con fines lúdico-espirituales.

Todos estos grupos volcaron su mirada hacia artículos y objetos externos que constituyeron, a su vez, un mercado abierto a un estilo de vida *libre* y al alcance del interés particular e individual.

Esta situación comenzó a afectar la visión de la historia, la religión y la espiritualidad de los pueblos y las culturas; también afectó el estudio de la evolución de las sociedades y, por supuesto, las manifestaciones expresivas de los movimientos históricos. A ello se suma que el resultado de gran parte del pensamiento contemporáneo en la humanidad obedece al tratamiento comunicativo, recreativo e informativo que dieron las industrias de los medios.

Se pretende, con esta reflexión, pensar y analizar el fenómeno de la Nueva Era desde la perspectiva de la disciplina de la comunicación, a partir de tres aspectos:

- Una ubicación del fenómeno a partir del postmodernismo.
- El fenómeno y las manifestaciones expresivas, dentro de la visión de la historia, el arte, las industrias culturales, las relaciones de mercado y el enfoque de la espiritualidad y la libertad del ser humano.
- El manejo que se le ha dado al fenómeno de la Nueva Era en los medios de comunicación de masas en Colombia.

Es importante mirar la *cultura de la Nueva Era* a partir de los elementos del lenguaje que la han gestado y cultivado. El individualismo que la caracteriza se trabaja en formas particulares y atomizadas, presentes en los medios. En Colombia estos medios han servido como vehículo del mercado de la religiosidad y de la Nueva Era.

Los intereses particulares e individuales hacia experiencias alternativas de toda disciplina del saber y del acontecer humano han crecido, en la búsqueda de respuestas al fenómeno de la violencia y de la cultura de la muerte que actualmente vivimos. Es común en nuestro país que la violencia se haya enmarcado como respuesta a una ausencia de Dios, a un encuentro con el espíritu mágico que nos maneja y a una integralidad con

la unidad terrenal a la que pertenecemos; en últimas, a una ausencia de sensibilidad humana, espiritual y social.

En ese orden de ideas, el *mercado* de las religiones y de los ofertorios espirituales y trascendentes se ha abierto como una opción alejada de todo sentido analítico, basado en la razón, alejado de todo contexto histórico. Claro está, que en ese marco existen posiciones serias de iglesias cristianas y de otras opciones religiosas que buscan ofrecer alternativas de crecimiento humano y social.

Pese a ello, la proliferación de posibilidades se ve reflejada en un refugio en los fetiches y en el aumento de más miedos por la realidad que estamos viviendo. Los vicios terrenales y materiales, la cosificación del hombre y de la sociedad se están transformando, en muchos casos, o bien por la espiritualidad como vicio y la enajenación, o bien por la fetichización como recurso para recostar una vida carente de sentido, de horizonte y existencia cuyo panorama es incierto.

► POSTMODERNIDAD Y RELIGIOSIDAD

El último cambio de siglo en el mundo occidental, nos coloca frente a una época de nuevas sensibilidades y transformaciones de la humanidad. Somos contemporáneos de un periodo histórico caracterizado por el profundo quiebre o relativización de muchos discursos que durante siglos fueron considerados como exclusivos, hegemónicos, dogmáticos e incuestionables. Lo preconizado por sociólogos y especialistas hace aproximadamente veinticinco o treinta años, es hoy una realidad en todos los ámbitos y estratos de la sociedad. Nos referimos a la alborada de la postmodernidad en el mundo occidental.

Para J. F. Lyotard, uno de los primeros teóricos de este cambio, la crisis de los metarrelatos se constituye en clave explicativa de las transformaciones sustanciales entre modernidad y postmodernidad, que no ha dejado por fuera la esfera de lo religioso. Más aún, la crisis y el resurgimiento de lo religioso se han constituido como algunos de los mayores indicadores de este nuevo periodo, por vislumbrar un discurso que, para muchos teólogos, nos introduce en una época ecuménica.

En el ámbito religioso ha sido decisivo el impacto de la secularización y el pluralismo de valores. A ello han contribuido, sin duda, no sólo innumerables factores políticos, culturales, sociales, económicos vividos a escala mundial, sino también factores clave a escala local, como hemos podido constatar en Colombia, a raíz de Constitución de 1991, los avances tecnológicos, las conquistas sociales y la visibilización de la pluralidad cultural.

De un discurso religioso eminentemente teocéntrico, totalizante, hegemónico, vigente a lo largo de sucesivos siglos, se ha dado en los últimos años un viraje radical hacia un discurso religioso plural, fragmentado, policéntrico, politeísta, antropomorfo, naturista y esotérico. Las condiciones contemporáneas de la fe y de su transmisión han variado sustancialmente.

De un discurso religioso eminentemente teocéntrico, totalizante, hegemónico, vigente a lo largo de sucesivos siglos, se ha dado en los últimos años un viraje radical hacia un discurso religioso plural, fragmentado, policéntrico, politeísta, antropomorfo, naturista y esotérico. Las condiciones contemporáneas de la fe y de su transmisión han variado sustancialmente.

Para muchos se trata de un bricolaje tendenciosamente sincretista, de *des-tradicionalización* y *des-doctrinación*. La ideología postmoderna, como ideología pura,

niega a Dios y la posibilidad de relacionarse con Él. Sin embargo, inserta otros aspectos culturales e históricos, ofreciendo perspectivas nuevas para relacionarse con Dios. En opinión de J. Habermas, esta *nueva intransparencia* está marcada por una *crisis religiosa*.

Pese a los pronósticos de Feuerbach, Marx y Nietzsche, la *esperada muerte de la religión no se ha producido*. Se observa, por el contrario, un *resurgimiento religioso*, que más que la vuelta de lo sagrado, la sed por el misterio y la mística en distintas formas, implica la exclusión de lo sagrado por la secularización. Según la teóloga brasileña María Clara Bingemer, hay un aparente resurgir de valores como la gratuidad, el deseo, el sentimiento y el redescubrimiento, en una dimensión de la naturaleza y la relación del hombre con el planeta.

Por su parte, el teólogo jesuita Alberto Parra, percibe que:

asistimos hoy a una explosión del *entusiasmo religioso*. Si bien es cierto que ha muerto el dios de la metafísica, el dios de las gramáticas deístas, es incuestionable la constatación de un resurgir religioso que debe explicarse también por el hastío general de la sociedad capitalista, consumista, hedonista, materialista que intuye la supervivencia de lo mejor, de lo humano (...). Las religiones vuelven a insinuarse para la conciencia general como la gran reserva de humanidad de este planeta y sus juegos de lenguaje se tornan arrolladoramente significativos. El fenómeno religioso en la alborada de

la postmodernidad se hace incontenible: grupos y movimientos carismáticos y pentecostales, neognosticismos y satanismos, *nuevoerismo* y milenarismo, reencarnacionismo y esoterismo, naturismo y multiplicación de iglesias libres, junto con la pesadez y el cansancio de las iglesias históricas encalladas en el dogma, en las teologías filosóficas, en los preciosismos gramaticales y en la férrea y desconcertante disciplina.

Según observadores expertos, asistimos a una presentación de lo sagrado en el ámbito secular. Una sensibilidad mística, difusa y ecléctica, basada en elementos de la tradición cristiana, junto con referencias orientales, cósmicas, herméticas, psicológicas y humanistas, componen el nuevo culto de contornos difusos y afiliación fluida y cambiante que está en el trasfondo de muchos de los nuevos movimientos religiosos y de la reconfiguración espiritual de la época.

Se advierte igualmente un reencantamiento de la vida cotidiana mediante la referencia a lo oscuro del destino, la suerte, lo sorprendente, lo inexplicable. Una religiosidad magnificada y de tono menor, que se mueve desde el horóscopo hasta el maravillosismo milagrero de las apariciones o de las sorprendentes propiedades de los cristales de cuarzo.

La recomposición religiosa contemporánea se caracteriza por los retos más evidentes de la nueva sensibilidad religiosa al cristianismo, marcados por rasgos tan característicos como el eclecticismo doctrinal, el énfasis en el individuo y

un concepto de salvación para él, el experimento emocional y el pragmatismo en la consideración y vivencia de la religión.

No obstante, las dimensiones religioso-simbólicas se muestran fundamentales y relevantes para el análisis sociocultural y para el sondeo de la conciencia humana. La religión es una construcción humana donde se reflejan, en grados y modos diversos, las búsquedas y crisis, las cristalizaciones institucionales y las prácticas sociales dominantes de la situación históri-

La recomposición religiosa contemporánea se caracteriza por los retos más evidentes de la nueva sensibilidad religiosa al cristianismo, marcados por rasgos tan característicos como el eclecticismo doctrinal, el énfasis en el individuo y un concepto de salvación para él, el experimento emocional y el pragmatismo en la consideración y vivencia de la religión.



ca. La religión y la religiosidad no se pueden entender al margen de estas vicisitudes. Religión y sociedad se implican mutuamente y revelan de alguna manera el devenir histórico de la humanidad.

La religiosidad es la esencia del hombre que se manifiesta en vivir, actuar y existir como hombre a través de su relación con lo último, absoluto y eterno. La auténtica religión nos enseña a cobrar conciencia y creer en esta profundidad del hombre. El hombre está constituido de tal manera que se realiza autotranscendiéndose. El impulso inminente de la autotranscendencia es el dinamismo de la vida que se llama amor. El hombre postmoderno, al negar a Dios, ha perdido este fin último del amor humano, su esencia espiritual. Al negar su dimensión religiosa ha perdido el núcleo y la clave de la integración total de su ser. Se contenta con una religiosidad ligera, blanda, caracterizada por una creencia genérica, difusa en Dios, extremadamente cómoda y coexistente, una moral de conveniencia y una práctica acomodaticia a las circunstancias y necesidades personales.

Si bien la postmodernidad como tal rechaza a Dios, a la fe y a la Iglesia, ofrece criterios válidos para actualizar las relaciones con Dios en la nueva etapa histórica. Las distintas prácticas religiosas posibilitan un espacio valioso para su análisis y consideración desde diferentes perspectivas, principalmente la comunicativa. El creyente que hace hoy un sincretismo religioso postmoderno, desea mantener unas relaciones creíbles con Dios, unas relaciones muy libres, personales o subjetivas, estéticas y radicalizadas.

Se trata de propiciar en el creyente que vive la postmodernidad relaciones creíbles con Dios, con una imagen de éste que simpatice con la sensibilidad actual y con los criterios sobre la dignidad de la persona adulta. Es básica la inculturación adecuada del Dios-Misterio. Prefiriendo que no sea la razón quien imponga esa relación sino la experiencia personal y la libre elección. La misma credibilidad de las relaciones lo lleva al pluralismo: cada persona puede relacionarse válidamente con Dios, desde su religión, ambiente cultural o simple-

mente desde sus ideas personales. Está descartado el fanatismo, los fundamentalismos, de quien cree estar, o trata de imponer, *la religión única y verdadera* para salvarse. El creyente postmoderno, por el contrario, está abierto al ecumenismo, al diálogo respetuoso con todos los credos, sin dogmatismos excluyentes.

En tal sentido, el creyente postmoderno anhela una libertad sin ataduras, y eso con mayor razón en la esfera religiosa. Dios es un "tú" con quien relacionarse en busca de la autonomía humana. Los hombres deben gozar de una libertad para construir la imagen de Dios, con plena autonomía y pleno ejercicio de la libertad interior.

Ese mismo sujeto ya no responde a principios absolutos y universales, exalta la dignidad individual, elige opciones subjetivas, muy personales, que revaloricen la interioridad y la buena intención. Las relaciones con Dios están configuradas por la subjetividad. Es el sujeto persona con su situación concreta, la norma definitiva para obrar y no precisamente los principios absolutos, los criterios del magisterio o las órdenes emanadas por cualquier autoridad.

Sobresale de igual forma en el creyente postmoderno la estética y el pragmatismo de lo religioso como revalorización del *ahora*, como manifestación de lo *último* y *definitivo*. Mucha cercanía a lo místico, esotérico y a la contemplación oriental. Sin embargo, existe mucha ambigüedad y un velado ateísmo. Se caracteriza por un comportamiento pragmático, sin el influjo de la ley, basado principalmente en el deseo, pero con un sentido de exaltación progresista.

Consideramos que dentro de este nuevo espíritu de época, la necesidad de expresión religiosa, la vivencia y práctica espiritual, la pluralidad de expresiones que brotan de la interioridad humana en búsqueda de trascendencia, el ecumenismo creciente seguirá marcando la diferencia con cualquier pretensión absolutista de secularización o cualquier intento por radicalizar posiciones dogmáticas o autoritarias en la esfera de lo religioso.

En palabras del jesuita Alberto Parra:

la religión del siglo XXI, profundamente anclada en la experiencia espiritual, será la que se atreva todavía a la crítica valorativa de toda provisionalidad frente a la definitividad y a la utopía; la voz que clame en el desierto contra los explotadores y opresores confrontados con la justicia y el derecho; la que derribe los altares del culto falso frente al primado inextinguible del amor; la que desenmascare la pretendida fe intimista y escueta frente a la prioridad de la práctica de la caridad operan-

te; la que invalide la recurrente pretensión de libertades formales sin espacios reales para la liberación de los envilecidos.

► MEDIOS, MERCADO Y NUEVA ERA

Hace algunas décadas comenzó a acuñarse una *nueva moda*: la Nueva Era... La Nueva Era es un modo de sentir y de pensar, un modo de afrontar la existencia, una manera de cuestionarse sobre el papel del hombre; de preguntarse si nuestras metas eran cercanas o tal vez lejanas... si nuestro proceder obedecía a esta realidad o a una realidad más allá de toda realidad; es decir, una realidad trascendente.

A lo largo de la historia de la civilización, los finales de siglo han sido un caldo de cultivo para la experiencia mística, para la experiencia espiritual y religiosa. El mito de fin de época y del comienzo de una nueva era han procurado esta tendencia metafísica. *La Nueva Era* se ve como una manifestación expresiva del sentimiento para la transición de este cambio de siglo.

En ese orden de ideas, cada expresión del hombre, de las sociedades y de la cultura en la actualidad están por este fenómeno. Sin embargo, la Nueva Era no es tan nueva como aparenta. Nada más antiguo que su concepción. Sus manifestaciones nos marcan un retroceso en las experiencias místicas y espirituales del hombre contemporáneo.

► DESCOMPOSICIÓN O MERCADO

La expresión de la Nueva Era responde, sin lugar a dudas, a signos temporales determinados. El final de la guerra fría. El final de las tensiones entre dos polos y dos líneas de pensamiento. Un final que marca la dictadura y la imposición de una democracia viciada hacia las necesidades y exigencias de occidente y una dictadura social impuesta a las exigencias del otro hemisferio.

El final de las confrontaciones ideológicas consolidó el poder de quien quedaba solo en el tinglado: *el hemisferio* que defendía una supuesta libertad, basada en la creación de mercados. La libertad, valga la redundancia, de la libre empresa. El poder del mercado *que sabe medir* y cuantificar las necesidades del hombre, en busca de su bienestar. Ese poder que en lugar de definir las potencialidades y las necesidades del hombre, generó condiciones muy distintas a las de estar al servicio del hombre. No el mercado dispuesto para el hombre, sino un hombre esclavo de los mercados. Todas estas circunstancias comenzaron a señalar el derrotero que cuestionaba el papel y el lugar del hombre en la sociedad contemporánea; así como su fundamento ante los me-

dios de información y comunicación que, ahora, eran herramienta de la sociedad de consumo.

Para amplios sectores de la sociedad, el hombre se atomizaba; se atomizaban sus relaciones; la sociedad se resquebrajaba; la colectivización perdía sentido. A ello colaboró el final de la guerra fría, pues con el final de toda confrontación ideológica culminaba el papel de los colectivos. ¿Cuál era ya el pretexto para la existencia de los colectivos? ¿Cuál era el sentido de la lucha política? ¿Cuál había sido el papel del hombre y de las sociedades durante la guerra fría? Los medios hablaban del fin de una época histórica montada sobre sofismas y luchas estériles. El fin de una era en la que el hombre entregaba su vida en la búsqueda de la verdad y de sus ideales, pero desaparecido el escenario de las confrontaciones; ¿cuál era, ahora, el sentido de esa verdad?, ¿sobre quién pesaba, ahora, el patrimonio de la verdad?, ¿el mundo había vivido tres décadas de engaños o de utopías?

La verdad se buscaba en medio de la relación del tiempo y de la historia. Durante tres décadas se nos dijo que la negación de la libertad del hombre, por parte del socialismo, era un problema de negación de Dios. Pero la pregunta, tres décadas después, era ¿cuál Dios? Finalizada la confrontación se esfumaba el enemigo del hemisferio occidental. Se comprobaba, de repente, otra verdad: no se vivió jamás la democracia, sino una imagen de democracia facilitada por los aparatos estatales de convivencia social. Tampoco existía una sociedad, producto de unas relaciones culturales construidas desde la base, sino la imagen de una sociedad tipo, trabajada desde la homogeneidad del pensamiento ideológico que la engendró.

Se habían vivido unas décadas en las que se le dijo al mundo que Dios tenía favoritismos frente a uno de los dos hemisferios. ¿Quién era Dios, entonces? ¿De qué parte estuvo Dios? ¿Sí había Dios? ¿No había Dios? Más aún... ¿El problema era Dios? O ¿era de Dios? ¿De qué parte estaba Él, ahora?

El hombre perdía su horizonte. Demasiado tiempo para pensar en aquello que ya no existía o que nunca existió. Se acercaba el momento de generar un dispositivo para apropiarse de lo poco que le quedaba al hombre: su *tiempo libre*. Las sociedades que negaban el mercado tenían que marchar tras él; pero las que defendieron su libertad para hacer y vivir en torno al mercado, de repente, terminaron esclavas. No había libertad. Perdido el criterio y el manejo de los colectivos, la *moda* era, ya, otra. La moda rompía los parámetros de una sociedad vestida y caracterizada de una manera determinada. Ahora lo que importaba era la libre opción del hombre;

el hombre formaba sus grupos en torno a un interés individual o en torno a unas características de rebeldía separadas del conjunto.

En una misma cultura, en una misma sociedad convivían grupos de diferencias sustanciales, aunque ellas no fueran diversidades de fondo sino de forma. El hombre necesitaba vivir por una nueva verdad. Esa verdad era, ya, el producto de un nuevo mercado. Se comenzaba a vivir un nuevo concepto de la vanidad del hombre; es decir, una nueva *feria de las vanidades*. Cada expresión y manifestación del hombre se vivía, ahora, desde la libre opción de separarse del núcleo. Ello implicaba la aparición de un mercado por cada opción creada, exigida o gestada.

Esas nuevas opciones tergiversaban el derecho a la libre interpretación de las sociedades y de las culturas. Todos aquellos eventos que el materialismo histórico despojaba de su esencia religiosa, eran vistos, desde las nuevas opciones como verdades ocultas... misteriosamente ocultas. Los templos y las pirámides eran el altar de vidas más allá de toda existencia. El derecho a la libre expresión; el derecho a la libre versión y al libre pensamiento, permitía cualquier tipo de teoría frente a la ciencia o frente a la historia de la civilización. Las manifestaciones expresivas no escapaban a esta influencia. Influencia que abrió, muy pronto, toda suerte de mercados.



El derecho a la libre expresión, a la libre versión y al libre pensamiento permitían cualquier tipo de teoría frente a la ciencia o frente a la historia de la civilización. Las manifestaciones expresivas no escapaban a esta influencia que abrió, muy pronto, toda suerte de mercados.



► EL SUEÑO DEL ARTE

Es necesario mirar hacia los años 50, ya que los medios de comunicación comenzaron a generar una política de mercadeo sobre las formas de relación de los hombres y de las sociedades que, lentamente, se fue constituyendo en líneas de comportamiento general para la condición humana.

Los medios de comunicación ofrecieron una tercera vía a todo el panorama de la guerra fría; al enfrentamiento entre los dos hemisferios. La opción nace de un planteamiento realizado por una de las casas

cinematográficas que, más adelante, se constituiría en una de las multinacionales del entretenimiento, en un emporio de las industrias culturales: la *Metro Golden Mayer*; su lema se puede leer en su escudo, en letras de molde: "*Arts Gratia Artist*". Ello implicaba una imposición del imperio de la forma sobre el sacrificado fondo de todo discurso histórico, político, social, económico y cultural. La opción de trabajar una versión libre de la historia, escapándose de los objetivos propagandísticos propuestos desde cada uno de los hemisferios en contienda.

La historia comenzó a cosificarse; las relaciones entre los hombres se esquematizaron; los sentimientos se uniformaron y las expresiones de la cultura fueron deformándose hasta llegar a expresar un prototipo del comportamiento humano. Se imponían rasgos de comportamiento histórico y se les generaba a las sociedades y a las culturas imágenes fantásticas de los personajes y movimientos de la historia. Nació y se desarrollaba el espectro de Hollywood.

Se realizaban películas que distorsionaban la historia, que vendían la idea del sueño americano; se generaba una imagen aventurera de la segunda guerra mundial; se comenzaba a esquematizar el pensamiento y la expresión del nacional socialismo; todo se reducía a un problema o a un modelo para el que los alemanes eran hombres muy malos, en tanto que los americanos eran hombres buenos... muy buenos. Esta esquematización obró con su *gracia* sobre todo tipo de pensamientos, sentimientos, pasiones, ideas, ideologías, expresiones y posiciones. El mundo se volvía uno, alejado de todo contexto de la historia, la sociedad y la cultura. La moda se uniformaba; los temas de discusión y de análisis establecían visiones y parámetros unilaterales. Se comenzaba a vender la imagen de una raza, de un concepto de belleza, de bondad, de maldad, de amor, de sensación, de emoción y de vida.

La política, por ejemplo, correspondía al campo en que discutían hombres sagaces, fetichistas y corruptos. El juego del poder estaba regido por leyes de comportamiento que ofrecían una supervivencia fácil, placentera que iba en la línea del menor esfuerzo; línea dispuesta para hombres privilegiados para los que la suerte era un juego de azar. Se esquematizó al hombre, a la mujer, al niño, al delincuente y a la familia... se arruinó el concepto de condición humana.

Se daba, así, el modelo de unas casas realizadas para las que montar una película era acercarse, en la forma, a los *decorados de la época*; la *fidelidad* a la historia. Se caía, entonces, en el efectismo de la historia;

el sensacionalismo de las expresiones culturales; la explotación del salvajismo humano o de las posiciones heroicas por sí mismas. Además aquellas realizaciones costaban dinero... mucho dinero.

Se ha profundizado muy poco en las condiciones reales de cada momento de la historia. Se destacaban las anécdotas, las frases de cajón, los aforismos, las frases célebres, las actitudes heroicas de los personajes del cristianismo que se oponían a las actitudes "salvajes" y "paganas" de los egipcios. Se destacaban los peinados exóticos de los personajes romanos, las togas y las sábanas planchadas y de doble pliegue de Cleopatra, el horror del paganismo politeísta opuesto a la bendición sacrificada y sufrida del monoteísmo ejemplar del cristianismo; se trabajaba la imagen ciega del judaísmo, por ella misma. Todos estos aspectos manejados fuera de un marco analítico y de una narrativa profunda.

Comenzaron a darse modelos para las diferentes opciones del calendario y de la cotidianidad de los hombres. Por ejemplo, se crearon grandes series que planteaban verdades "muy bien ilustradas" de la historia de la civilización. *Los diez mandamientos* es una prueba de ello: la película protagonizada por Charlton Heston y Yull Breitner, en los papeles respectivos de Moisés y el faraón, comenzó a crear un lenguaje del comportamiento de la cultura egipcia y de la cultura hebrea. Se dieron, también, películas como *Benhur* o *El Manto Sagrado*, protagonizadas por Richard Bourton; películas que generaron una visión esquemática y estrecha del cristianismo. Todos ellos, imaginarios por fuera de un sentido investigativo de la historia. La publicidad orientó la realización de la película a los costos de producción, costos que debían recuperarse en las temporadas. Los éxitos de taquilla eran sinónimo de calidad en el tratamiento de las películas.

Todos estos elementos comenzaron a crear distorsiones, imágenes plásticas, conceptos, igualmente plásticos de lo religioso y de lo que implicaba caminar hacia la trascendencia. Se había creado el fenómeno de las industrias culturales y del género del entretenimiento. La uniformidad se gestó en el seno de las multinacionales del entretenimiento. Con ellas, se distorsionó la imagen de hombre, de pensamiento, de religión, de historia y de cultura.

► GEOPOLÍTICA Y ALDEA GLOBAL

Pero todo este camino comenzó a plantear otras alternativas, justo con el final de la guerra fría y de la confrontación de los dos polos que permitían jugar con la historia, a partir de sus intereses propagandisti-



cos. Ante la ausencia de uno de los soportes de la confrontación de la guerra fría, quedaba *sin piso* la historia. ¿Para qué la historia si ya no había puntos de contradicción? La ausencia de uno de los hemisferios generó una serie de argumentos que, de un lado, hizo desaparecer uno de los bloques ideológicos: *el de oriente*; pero, de otro, hizo que las divisiones políticas volvieran a trabajar conceptos de principio de siglo. En los términos de la guerra fría, el mundo se inclinó; había perdido un soporte; llegaba el imperio de la mercadotecnia. Y la verdad geopolítica del mundo contemporáneo quedaba desprovista de todo análisis y de todo sentido cultural.

Para las nuevas generaciones el conflicto de los Balcanes, la independencia de Eslovaquia y de otras naciones fueron circunstancias que se dieron a causa de una conmoción mundial, producto de una falta de estabilidad del hombre, de las sociedades y de una convulsión cultural típica de final de siglo. Esa *novedad* política es lógica, sobre todo, si se tiene en cuenta la ausencia histórica de nuestros medios de comunicación y de las multinacionales del entretenimiento.

Todo movimiento social, histórico, político y cultural se daba, gracias a la presencia de fuerzas oscuras, fuerzas esotéricas que buscaban dividir al hombre para que viviera posteriormente en contradicción consigo mismo. El hombre comenzó a sentir, así, una confusión de mundo y de vida. El planeta se llenaba de dos condiciones: *el mundo material del mercado y la locura social empujada por fuerzas oscuras del ala mística*. Corrobores, para tal efecto, ¿cómo las multinacionales del entretenimiento vendieron la imagen del Ayatolá Khomeini? ¿Cómo se vendió la imagen de Khadafi? ¿Qué imagen se transmitió del conflicto con Irak y de su líder Sadam Hussein? ¿Cómo se trabajó la imagen poligámica de algunas culturas orientales? ¿Cómo se crearon las aventuras de agentes secretos estadounidenses que querían rescatar de *las garras del Islam* a sus prisioneros de guerra? ¿Cómo se

comenzó a vender la imagen del Anticristo como la de un hombre opuesto a cualquiera de las formas de expresión cristiana?

Las multinacionales del entretenimiento emitían películas o programas de televisión donde estos líderes de oriente eran presentados en afiches y en carteles con una expresión fuerte en su rostro. Un rostro satánico, tal vez. Un rostro opuesto a los intereses humanitarios de Occidente; imagen victimaria semejanza del imaginario cristiano. Imágenes opuestas al esquema espiritual de la bondad. Así se ofertaron los movimientos ideológicos y geopolíticos, a través de los medios, buscando con ello, seguir en la clara oposición del bien y del mal. Sólo que el enemigo, ya, era otro.

Ésa fue, igualmente, la imagen literaria que se adjudicó el derecho a los análisis, a través de los más vendidos. Por cualquiera de los dos aspectos, bien sea ideológica o espiritual, el hombre se enfrentó a la imagen que se le vendió del bien y del mal.

Gilles Lipovetsky hablaba, entonces, de *La Era del Vacío*. Una era de desconcierto en la que el hombre vuelve a enfrentarse a lo desconocido. Las multinacionales del entretenimiento hicieron universal, pero simple, el problema. Un individuo atomizado, perdido en una aldea global, saturado de información; pero, al mismo tiempo, desinformado. Un hombre desprovisto de metodologías para mirar la historia; un hombre carente de procesos y en la búsqueda de una luz de gracia que le resolviera su existencia.

► UNA ERA PARA EL MARKETING DEL ESPÍRITU

Ese espíritu de individuación adjudicado a los medios de comunicación o a las multinacionales del entretenimiento no es del todo cierto. El hombre terminó por cansarse de ese mercado material y violento que le ofrecían día a día y minuto a minuto los medios. El hombre se cansó de no pertenecer a los colectivos ideológicos y terminó por conformar colectivos diferentes. Aquéllos donde el compromiso adquirido era luchar contra la cotidianidad apocalíptica de los mercados y de los medios.

El hombre comenzó a agruparse en gimnasios; equipos para hacer deporte; cineclubes; grupos de reflexión y de oración; grupos para visitar salas de descanso; amigos virtuales para conversar consigo mismo. La compensación del mercado fue, entonces, benévola con el hombre. Pues comenzaron a proliferar los centros vacacionales; el retiro de las urbes, y en lo que respecta a las propias urbes, el retorno a la tierra; la música

relajante que no es otra cosa que una perversa distorsión de la música experimental. El hombre, según Lipovetsky, vive un proceso de personalización... una vía hacia la humanización en la búsqueda de algo que ya se mercadea: "la energía positiva".

Si las teorías políticas, históricas, económicas y culturales no resuelven el problema del hombre, es necesario hacer algo. Y lo mejor, para ello, es quitarle a la historia aquellas cosas que, en su incomprensible *tremenda maldad* le había arrancado al hombre y se había guardado para sí.

Se caracteriza, en ese orden de ideas, por una búsqueda libre de la era mística; un contacto espiritual, libre, abierto y siempre dispuesto a conciliar con el otro, gracias a que, precisamente, se es otro. Es la solidaridad, desde el universo de la trascendencia. Se está con el otro, pero porque se es espíritu etéreo. No existe un contacto real con la cultura ni con la sociedad. Los símbolos de la *Nueva Era* están, de igual forma, uniformados. No se mira al hombre con criterio holístico. No se mira a la condición humana bajo los criterios temporales, puesto que, supuestamente, el hombre es mucho más que eso. Valdría la pena preguntarse, entonces, ¿cuál es la definición de espíritu sobre la que trabajan? ¿Un espíritu separado, de manera tajante, de la realidad? ¿Puede mirarse la realidad y el contacto con el mundo como un acto abominable y despreciable?

Eso no es más que malinterpretar las palabras de Jesús cuando se refiere al mundo y su reinado separado del mundo. Es, igualmente, una distorsión de los credos religiosos cuando buscan salvar al hombre de una realidad temporal a la que desean que trascienda. ¿Cuál es el sentido y esencia de la armonía que predicán?, ¿más que una profesión espiritual, se trata de un pensamiento ascético?

Si ello es así, no sorprende que a muchos de quienes profesan sus prácticas y sus lenguajes les disgusta hablar de confrontación, de proceso, de disputa, de lucha. Es un ejemplo —algo peligroso— de armonía. La armonía donde nunca ocurre nada. La armonía a la que tanto temor le tenía Jesús. La armonía que tanto combatió líderes religiosos de otros credos.

Llegados a este punto, lo verdadero es el surgimiento de una posición espiritual que intentaba dar respuesta a la violencia social de la humanidad y al atropello del mercado materialista de las industrias culturales y de las multinacionales del entretenimiento. Analistas y sociólogos miraban con desconcierto el fenómeno:

En materia de pastoral la sorpresa es total. La Iglesia se había preparado muy seriamente para confrontar a un hombre perfectamente secularizado, ateo, absorbido totalmente por las preocupaciones materiales. ¿Con qué se encuentra en 1990? Con un hombre inquieto, en busca de lo religioso, a quien los frutos de la ciencia y de la técnica ya no encantan del todo. En todas partes se escucha decir: ¡Que me den algo distinto de lo que sale de una computadora! ¡Que me den razones para esperar! ¡Quién me curará del mal de vivir? ¡Dónde encontrar algo que caliente el corazón? ¡Quién será mi guía, mi gurú? ¡Quién quiere enseñarme a restaurar la unidad de mí yo tan fragmentado?¹

Podríamos llegar a decir que lo grave no es buscar la opción espiritual; el problema es la forma como se llega a buscar esa opción espiritual. ¿Qué es lo que se busca sobre la base de esa opción? El grave problema de este asunto es tener conocimiento de que el hombre termina enajenado por una visión del espíritu. Aún más, el problema es si la visión de realidad y de mundo se toma como un escapismo y no como una opción de vida, para llegar a trascender la realidad en la que se vive. El problema fundamental está en la manera como se fundamenta el carácter del espíritu y la manera como se busca "Re-ligare" las dos dimensiones del hombre.

Es allí donde entra a desempeñar un papel importante el *marketing* del espíritu. Es claro que para la época en la que estamos viviendo, existe una verdad unívoca: la verdad implantada por el índice de sintonía; la verdad de los mercados; la verdad establecida según el patrón de las ventas y de la imposición de las modas.

Esta realidad hace que comiencen a proliferar toda clase y toda forma de comunicaciones espirituales. No se conciben programas noticiosos y dramatizados que no asuman en sus emisiones o en sus capítulos, posiciones y elucubraciones de tipo espiritual. Las secciones se musicalizan... se busca crear una identidad, un género, una imagen que identifique esta masa informe de signos y de criterios tomados al azar para envolver al espectador en un halo catártico que lo haga sentir la apariencia de la tranquilidad; la dependencia de alguien que guía su destino; la necesidad de ser fiel a los habitantes reencarnados de otras dimensiones del cosmos.

La consecuencia es clara: el hombre no tiene garantías para identificar de dónde surge la opción y hacia dónde lo conduce. El hombre no tiene capacidad de discernir la procedencia ni la esencia de filosofía alguna. El hombre no está preparado para valorar las tradiciones, porque para el espíritu etéreo como para las pantallas de televisor y los discos duros, no existen fronteras.

La sutileza es pequeña, pero peligrosa. Es cierto que para el hombre, cuando se trata de construir mundo, no deberían existir ni lí-

mites ni fronteras. Ello figura en la esencia y en los contenidos de cada credo religioso, cristiano o no cristiano. Pero esta meta no puede confundirse con el uniformismo al que nos quiere someter la moda de la Era Espiritual. Ese espíritu está hecho a imagen y semejanza de la moda *lista para vestir*. Es un manto de igualitarismo utópico y antirreligioso. Lo es, porque lo más valioso que tiene el hombre es la diferencia... la diversidad. Desde ahí debe ser valorado, comprendido y aceptado.

Recordemos que para la India, donde se adoran 333 millones de dioses, el Hinduismo es determinante: no se es politeísta; no se adoran 333 millones de dioses, sino los 333 millones de rostros que tiene Dios. Por ello la India es un paraíso religioso y espiritual; pero ello no tiene nada que ver con la uniformación, a la fuerza, con usurpar los signos y la gestualidad de las expresiones culturales y religiosas. Tampoco tiene nada que ver con el extremo carácter de la libertad de opción religiosa de la que habla el libre consumo. La Nueva Era arranca esos signos de su contexto; escribe el poema sin categorías estilísticas; se puede caer en el error de tomar los símbolos, por sí mismos, y erigirlos en un estilo de vida. Allí, el símbolo deja de hacerse creencia y los elementos de su significación se hacen fetiche en una realidad en la que al hombre se le ha creado la necesidad de asirse a algo, aferrarse a algo; una realidad en la que el hombre quiere creer en una fuerza superior y pretende buscar una armonía.

¹ García Hernando, Julián. "Pluralismo religioso". *La Nueva Era*. Tomo II Edición Atenas. Madrid, 1993, p. 676. Tomado de un párrafo del libro "Cristo o Acuario" "Criterio", de Godfried Danneels. Cardenal Arzobispo de Malinas, citado por el autor.

Las industrias culturales están preparadas para raptarle al hombre su propia realidad y su derecho a la subversión intelectual y espiritual. Es semejante a lo que ellas hacen con los símbolos populares y con los líderes de las comunidades. Cuando el hombre ve, lee y analiza su propia realidad y subvierte el orden con el humor y la ironía, máxima expresión del dolor y de la burla institucional, enseguida salen al mercado camisetas con las leyendas y las expresiones de la sabiduría popular. Cuando el hombre cree, en toda su magnitud, que está buscando una salida espiritual para escapar del esclavismo mercantil, las industrias culturales le roban la dimensión del amor y la cosifican en producto.

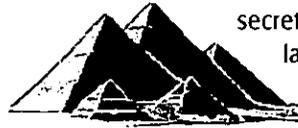
“La Nueva Era” es, ya, toda una industria. Tiene sus propios medios informativos y sus secciones en los noticieros de televisión. Aparecen los acontecimientos sociales y culturales leídos por la astrología, el color de las velas, la magnitud del fuego o la tranquilidad de los cojines. Cuando la realidad se muestra convulsa, qué importa el instante. Lo fundamental es tomar, de manera artificial, lo que los grandes místicos del mundo hacen por vía natural: apoyarse contra un tronco de árbol y escuchar las olas del mar. La naturaleza se ha comprimido en disco, casete, o video. Es la tranquilidad por entrega inmediata. Son los noticieros haciendo fácil el insuceso en medio de un formato ridículo y con el astrólogo de moda y turno expresando que no hay motivo para preocuparse porque los astros y la dimensión divina le acompañan.

Las industrias culturales crean, entonces, los procesos de reingeniería. Los seminarios para humanizar a los vendedores usurpando las parábolas de Oriente o todo tipo de experiencias místicas y literarias. Surgen, entonces, las empresas piramidales que hacen sentir al hombre en compañía de... en conjunto con... en medio de una familia comercial. Surgen Jafra, Yambal y las empresas familiares donde se incentiva a la gente para que venda y en la medida en que más venda más grande será su familia. El propósito es vender, pero con el corazón “humanizado”. Las reuniones ya no son ante el papelógrafo, sino que son la imitación de una Eucaristía o de una asamblea cristiana. Se agita a la multitud y se la somete a vivencias transaccionales para que se sienta motivado a producir.

Surge, entonces, un nuevo género de ficción: El género del “ocultismo” —entendiendo por ocultismo: “Las cosas ‘secretas’ que, según el género, la historia ‘secreta y oculta’ para que el hombre no sufra sobresaltos y se asuste”. El género las rescata y se las devuelve al hombre en forma de pequeños o grandes regalos, preci-

samente, para que el hombre los tome como amuletos, energías, caminos de recordación para el desarrollo de su trascendencia ¿Qué cosas son las que oculta la historia y la “Nueva era” se las devuelve al hombre? La lista es larga. He aquí algunos de ellos; los que más identifican los símbolos de la no tan “Nueva era”:

Las pirámides de Egipto: Las pirámides se han explotado desde la imagen de sus secretos, misterios y “energías”. Las hay en todos los tamaños, materiales, colores y esencias. En ellas “se esconden” todos los secretos, los faraones; propios de las energías cósmicas y de la comunicación recóndita con los ovnis.



Los cirios o las lámparas: Elementos pertenecientes a todas las culturas. Símbolo de la luz. Elemento mágico para el hombre, desde el comienzo de la historia de nuestra civilización. Justo cuando el hombre es consciente de que puede capturar el fuego para iluminar sus noches, lo convierte en símbolo del poder divino. El fuego, los cirios, las lámparas siempre dan luz a los lugares sagrados.

Este símbolo es trascendental para culturas como la hebrea o la judeocristiana, pues significa la presencia del Altísimo. Recordemos que Jesús siempre utilizó en sus parábolas la imagen de las lámparas y la luz.



El incienso y las esencias: Elementos éstos propios a la ritualidad de oriente. El humo de las ofrendas se eleva hasta el lugar del Altísimo y llega hasta los dioses, dependiendo de la cultura en la que se hable. De la misma manera, se aromatizan los lugares sagrados y la materia prima es vegetal. Lo que pone al hombre en disposición o contacto con el ambiente ecológico.



Yerbas, plantas medicinales y recuerdos naturales: Elementos éstos propios a las culturas precolombinas, que figuran en los mercados como parte fundamental de nuestra tradición y esencia aborígen; como parte de nuestra raíz indígena. En cada rincón hay una vitrina “indigenista” que ha robado parte de esa cultura y que se oferta como mercancía pura de la fortaleza de nuestros antepasados.





Especlas: Bebidas propias de las conquistas de Oriente. Bebidas rituales a las que se asignaron, gratuitamente, poderes mágicos y religiosos.

Cojines y ambientes: Elementos necesarios para meditación hinduista, zen, budista, yoga y todo tipo de meditación trascendente.

Símbolos lingüísticos, pictóricos y numerológicos: Todas las culturas se han expresado de manera gráfica, numerológica, pictórica y con otras imágenes propias a sus contextos sociales, históricos y culturales. Hoy por hoy, es muy frecuente encender las pantallas de televisión y encontrarse con candelabros de siete, tres y más velas. Es común encontrarse en todo tipo de ambientes, con papiros, símbolos e inscripciones, fuente de todo secreto esotérico y místico.



Relación cosmogónica: Culturas como la griega, la romana, la egipcia, así como las mismas culturas primitivas y precolombinas adoraron y estudiaron los



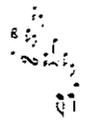
astros. Los nombres de las constelaciones obedecen, incluso, a toda una

mitología legendaria. Los hombres interpretaban de acuerdo con su cultura los diseños de los dioses y se encomendaban a ellos en batallas y conquistas. Con la Nueva Era se vieron esos elementos desde la cultura del destino con una pésima interpretación.

Relaciones semióticas contemporáneas: Significaciones reduccionistas como las formas, los colores, las transparencias, los símbolos y los gestos son estudiadas y asumidas hoy con la entera parcialidad de leerse, de manera exclusiva, bajo el manto sacro de la espiritualidad y el virtuosismo místico. Todo el sentido iconoclasta, de una época y de una era, los ángeles y los demonios. Todo el poder pictórico, de esas representaciones, asumido en el Renacimiento por Miguel Ángel, Leonardo y Botticelli, entre otros, es estudiado, hoy, bajo los "valores", la visión y la pluma indiscreta de "La Nueva Era".



La música: Imitación de las grandes sinfonías. El equilibrio y la armonía. La estilización de la música de Oriente.



La literatura: Adopción y reciclaje de la filosofía, de los textos sagrados y de las obras que plantean la búsqueda de la armonía por el hombre.

Rapto al ecumenismo: Quienes profesan las conductas de la "Nueva Era" y se sienten líderes de ella creen que van por el camino, amplio, del ecumenismo que plantea la convivencia de los credos religiosos y de las creencias en pro del desarrollo de la condición humana y de la evolución de la sociedad. Pero para llegar a ese éxtasis del espíritu es necesario leer la condición de la cultura y la manifestación del ser supremo en la sociedad; en la condición de nuestros tiempos y de nuestra cultura. Pero si ellos no miran la dimensión de la historia y de la vida, mucho menos pueden dialogar desde dentro sin hacer juicios morales a las manifestaciones del espíritu. Cuando se habla de juicio moral, no es sólo frente a quienes profesan alguna creencia, sino frente a quienes no la profesan. Enajenarse del mundo; fetichizar el pensamiento y crear una dependencia "cósmica", a punto de creerse y sentirse privilegiado, es una manera de juzgar.

¿Hasta dónde se es consciente de la libertad humana, cultural y social?

¿Hasta dónde se gana la independencia de pensamiento y se evoluciona espiritualmente para alcanzar la voz de la trascendencia?

¿Hasta dónde se desprende el hombre de su condición real y cotidiana, pero sin perder la conciencia de ella?

Éstas son preguntas que se ha hecho el hombre a lo largo de la historia de la civilización y que no pertenecen ni en la forma ni el fondo a una "Era" novedosa ni específica. Son respuestas que trascienden el marco esclavista y efímero de la moda y de los mercados.

El interés particular individual por lo religioso y espiritual es innegable. El tema religioso, esotérico, espiritual atrae la atención de los públicos que desconocen y se inquietan por el devenir de la historia y por el sentido de la vida. El interés particular individual por otras opciones comunicativas o 'artísticas' que alejen al hombre del marco de la violencia, son evidentes. Como muestra de ese interés podemos mostrar un reflejo que

se da en un sondeo preliminar en nuestros principales medios de comunicación.

En Colombia, este mercado de insumos materiales y comerciales; así como de mensajes, discursos y elaboraciones dogmáticas tiene un espacio propicio en la programación comercial. Este mercado hace parte de nuestra industria del pensamiento y de nuestra oferta de mercado diaria. Observemos, grosso modo, cuál es el panorama en nuestra parrilla de programación:



► TELEVISIÓN

En uno de nuestros canales de televisión, Canal 1, medio en el que se reúnen varias de las medianas empresas privadas, se presenta el programa "Paren de sufrir", programa de la secta "Oración Fuerte al Espíritu Santo". Este programa se emite a diario a las 11 de la noche, durante una hora. Programa testimonial en el que se expone a la palestra pública todo tipo de violencia humana que concluye cuando se llega a esta secta.

Los domingos a las 7 de la mañana se transmite la "Santa Misa" con orientación de la Facultad de Teología de la Pontificia Universidad Javeriana.

En el Canal A, se transmite los domingos, a las 8.30 a.m., el programa En Ti Confío; los jueves a las 11 de la mañana, el programa "Oasis" y "El minuto de Dios" de Lunes a viernes de 7.00 a 7.05 p.m. Todos estos programas de orientación católica.

No existen programas especializados en Nueva Era, pero en los noticieros y en los magazines existen secciones enfocadas a este fenómeno; se dan allí ideas del *marketing* de la espiritualidad, para asegurar el bienestar de las personas. En ellas se vende todo tipo de objetos para ello; cada objeto con una "filosofía" diferente.

Los sábados y domingos de 7.00 a 8.00 de la mañana se emite el programa religioso de orientación cristiana "El club de las 7".

A las 8.30 de la mañana se emite un programa cristiano "Hechos y crónicas", programa en el que se hacen testimonios y se da un sentido interpretativo del Nuevo Testamento.

Los domingos de 8.30 a 9.00 a.m., el programa cristiano "Él puede hacerlo de nuevo".

Miércoles y viernes se emite el programa "Buenos días Señor Jesús", programa de orientación cristiana.

► RADIO

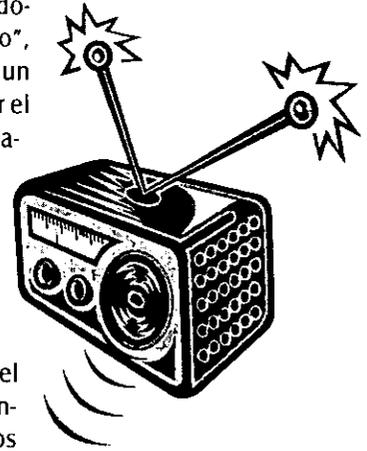
Una de las cadenas radiales pertenecientes a uno de los grupos económicos más fuertes de nuestro país —el grupo Santodomingo— "Caracol Radio", Cadena Básica, tiene un programa orientado por el padre Gonzalo Gallo, sacerdote carmelita descalzo. El programa se llama "Aeróbicos espirituales". Se emite los domingos a las 9 p.m.

La hermana Susana dirige y orienta el programa católico "Mensaje de optimismo", los domingos a las 6 a.m.

En Radio Recuerdos, de la misma cadena Caracol, está el programa "El profesor Salomón", de orientación protestante.

Existen, también, en esta emisora programas de lectura de cartas, brujería, tarot, adivinanza, hechicería. Todo ello se da por pedido del público. En las revistas y magazines radiales, siempre se habla de Nueva Era, interpretación de sueños y fenómenos paranormales. Se dan allí orientaciones y destinos para la condición humana.

En Caracol la proporción es 93% programas católicos y un 7% de programas protestantes, nueva era y otras opciones.



► EL PANORAMA

En la "vitrina espiritual" de nuestros medios de comunicación; en los estantes de libros y de artículos que sirven de asidero a las falencias y necesidades del hombre de hoy y en las páginas de los diarios que refieren toda suerte de letras y figuras y que ofrecen relax al diario vivir, abundan todo tipo de propuestas espirituales. Varias de ellas con una larga tradición histórica y cultural; otras tantas, obedeciendo a sincretismos no propios de fusiones culturales y sociales, sino como resultado de la oferta y la demanda para un universo de libertad humana que se abre cada vez más a lo que se cree es la voluntad y la necesidad del hombre contemporáneo.

No obstante, en este mercado programado a través de nuestros medios de comunicación, no se ofrece ningún tipo de información acerca del pensamiento, historia, esencia, búsqueda, método o lenguaje profun-

do de su filosofía espiritual a las audiencias. Es un panorama visual o auditivo tan contaminado como el que se presenta en los centros urbanos de las grandes civilizaciones en los que no se alcanza a percibir el horizonte a causa de carteles, pancartas, vallas y toda suerte de avisos comerciales que atiborran la atención de los transeúntes, mientras se anuncia toda clase de cachivaches. Podría llegar a decirse que el enorme ofertorio se debe a la oportunidad de mercadeo que abre las puertas de lo espiritual en la Era de Acuario. Cada una de las propuestas mercadeadas llega al público con una estrategia de venta unificada; con un lenguaje publicitario en común; con una aparente apertura de pensamiento. Sólo resta averiguar si frente al gran abanico industrial existe en cada una de las propuestas ofertadas la

eficacia para responder a las necesidades profundas del hombre de hoy. ◀

► BIBLIOGRAFIA

Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1986.

_____. *El Imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1994.

Lyotard, Jean François. *La condición postmoderna: Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra, 1987.

