

CAMBIO DE PARADIGMA CULTURAL DE LA MODERNIDAD A LA POSMODERNIDAD

La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo

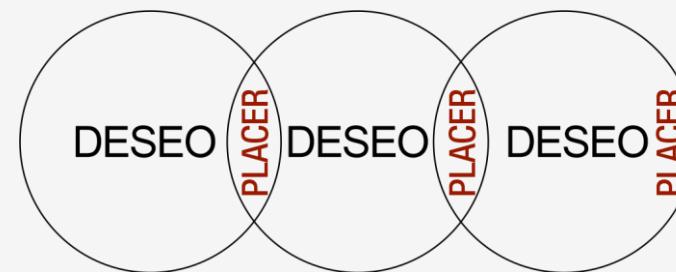
GILLES LIPOVETSKY

POSMODERNIDAD

~~HOMBRE~~ PERSONA → *"La prioridad soy yo"* → **NARCISISMO=PERSONALISMO**

~~RAZÓN~~ DESEO → *"No sé lo que quiero pero lo quiero ahora"* → **PLACER**

*Domina el principio del placer
Por encima de la realidad*



... HIPER CONSUMO

~~FUTURO~~ PRESENTE → *El instante eterno* → Sucesión infinita de presentes

~~PROGRESO~~ AHORA → *El tiempo se atomiza* → La vida ya no es lineal
(sin metas ni objetivos) → **DISTOPÍA**

POSMODERNIDAD

~~PALABRA~~ **IMAGEN** → **TIC** → **Factor emocional por encima del factor intelectual**

Nos volvemos hedonistas → Búsqueda de aceptación constante → **CONDUCTA CONDICIONADA**

NARCISISMO COLECTIVO

Nos juntamos por que nos parecemos, por que estamos sensibilizados por los mismos objetivos existenciales, con una necesidad de reagruparse con seres “idénticos”.

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La era del vacío **Seducción continua**

**Una seducción a la carta que propone un individuo que es agente libre de su tiempo
Sin estar sujeto a normas de las organizaciones rígidas**

Los discretos encantos de lo político muestra a líderes que se presentan con simplicidad ostentosa, reconoce humildemente sus límites o debilidades, exhibe a su familia...

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La era del vacío LA DESERCIÓN DE LAS MASAS.

La modernidad trajo consigo un desierto apocalíptico al borde de la exterminación total de la humanidad.

Todos los valores modernos se han desnaturalizado.

Apatía y falta de creencia en las grandes instituciones:
familia, iglesia, sindicatos.

El sistema funciona solo por inercia, en el vacío, sin adherencia ni sentido.

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La era del vacío APATÍA NEW-LOOK.

El momento posmoderno es mucho más que una moda, explicita el proceso de indiferencia pura en el que todos los gustos; todos los comportamientos pueden cohabitar sin excluirse, todo puede escogerse al placer, lo más operativo como lo más esotérico, lo viejo como lo nuevo, la vida simple-ecologista como la vida hipersofisticada.

No se busca una nueva tabla de valores.

Se disipan las diferencias entre sentido y sinsentido, bueno y malo; y da igual.

El hedonismo, el consumo y la personalización actúan como ansiolíticos.

“Nos hallamos en la era del prozac”

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La era del **FLIP**vacío

El flip es esa expresión de abandono y de indiferencia... el llamado proceso de desencanto.

El Yo ya no vive en un infierno poblado de otros egos rivales o despreciados, lo relacional se borra sin gritos, sin razón, en un desierto de autonomía y neutralidad asfixiantes.

La libertad, como la guerra, ha propagado el desierto, la extrañeza absoluta ante el otro...

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La era del vacío **SE VIVE EN LA SUPERFICIALIDAD** Predomina el culto de la belleza corporal

Negación a la natural alteridad del cuerpo.
La psicologización y los prejuicios narcisistas van de la mano

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La era del vacío

“¡Si al menos pudiera sentir algo!”

El sentimentalismo está pasado de moda.
Solo nos queda el vacío.

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La era del vacío

Pacificación individualista

Cada vez más absortos en preocupaciones privadas, los individuos se pacifican no por ética sino por hiper-absorción individualista: en sociedades que impulsan el bienestar y la realización personal, los individuos están más deseosos de encontrarse consigo mismos, de relajarse en viajes, música, deportes, espectáculos antes que enfrentarse físicamente.

La Modernidad se diluye dando paso a una nueva condición cultural

La Era del Vacío Sociedad Humorística

La publicidad se ríe de sí misma.

La moda es una parodia lúdica

El humor tiene como fin dulcificar las ideologías,
allanar el sentido, hacer digerible el mensaje implícito.

conclusión

Lipovetsky presenta una sociedad caracterizada por el debilitamiento de las **costumbres**, por la aparición del **consumo de masas**, por un creciente **individualismo** señalado por la **personalización**, en donde el individuo está envuelto en información y estímulos de necesidades. Se flexibilizan las relaciones humanas, transfiriendo a la esfera pública momentos y sentimientos pertenecientes, hasta ese momento, a la esfera íntima del individuo, todo se transforma en un **reality-show**.

El posmodernismo marcó una "**crisis de las ideologías**" y dio paso a un "**individualismo desenfrenado**" ("**nadie es ya compañero de camino de nadie, sino antagonista del que hay que guardarse**") donde "**todo se disuelve en una especie de liquidez**". A partir de ello se activa para los individuos, según Eco, dos "**soluciones**": la desfachatez mediática ("aparecer fuere como fuere")

"El consumismo que no tiende a la posesión de objetos de deseo con los que contentarse, sino que **inmediatamente los vuelve obsoletos**, y el individuo pasa de un consumo a otro en una especie de bulimia sin objetivo (el nuevo teléfono móvil nos ofrece poquísimas prestaciones nuevas respecto al viejo, pero el viejo tiene que ir al desguace para participar en esta orgía del deseo)."

Con nuestro «culto a la satisfacción inmediata», muchos de nosotros «hemos perdido la capacidad de esperar».

“La cultura líquida moderna ya no siente que es una cultura de aprendizaje y acumulación (...) A cambio, se nos aparece como una cultura del desapego, de la discontinuidad y del olvido.”

“Hemos olvidado el amor, la amistad, los sentimientos, el trabajo bien hecho. Lo que se consume, lo que se compra son sólo sedantes morales que tranquilizan tus escrúpulos éticos”.